

**PLAY FAIR**  
BEI OLYMPIA



**ZWANGS-  
ÜBERSTUNDEN IN  
EINER WOCHE**

**ZUSAMMENFASSUNG**

**PLAY FAIR**  
BEI OLYMPIA

**ARBEITSBEDINGUNGEN IN DER  
SPORTBEKLEIDUNGSINDUSTRIE**



## Vorbemerkungen

Der englischsprachige Originalbericht ist das Ergebnis intensiver Zusammenarbeit von Oxfam, der Clean Clothes Campaign, den Global Unions, insbesondere dem Internationalen Bund Freier Gewerkschaften (IBFG) und der Internationalen Textil-, Bekleidungs- und Lederarbeitergewerkschaft, und nicht zuletzt denjenigen, die in den sechs Ländern, über die 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 mitgeteilt haben. 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.

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

Grafische Gestaltung: NOVIB Oxfam Niederlande  
© Oxfam GB, Clean Clothes Campaign und IBFG  
2004 Alle Rechte vorbehalten  
[www.fairolympics.org](http://www.fairolympics.org)

Deutsche Übersetzung des Originalberichts: Ramon van Barneveld, (IBFG)  
Redaktion der deutschen Fassung des Originalberichts: Franziska Humbert (Oxfam Deutschland) unter Mitarbeit von Maik Pflaum (Christliche Initiative Romero, Deutschland), Stefan Kerl (Südwind Agentur, Österreich) und Stefan Indermühle, (Erklärung von Bern, Schweiz)

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

Deutsche Zusammenfassung  
© Oxfam Deutschland 2004  
[www.oxfam.de](http://www.oxfam.de)

Redaktion und Bearbeitung der deutschen Zusammenfassung:  
Franziska Humbert, Gudrun Sonnenberg

Herstellung und Druck: H & P Druck Friedrich Hilberts,  
Tel.: +49-030-69578400, Körtestr. 10, 10967 Berlin

# 45 Zwangsüberstunden in einer Woche

## Arbeitsbedingungen in der Sportbekleidungsindustrie

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 „45 Zwangsüberstunden in einer Woche“ schaut hinter die Kulissen der weltweiten Sportbekleidungsindustrie, und er stellt grundlegende Fragen: über Armut und Arbeitnehmer/innenrechte, über Handel und Globalisierung. Er zeigt, dass gerade die Geschäftspraktiken der großen Sportbekleidungsmarken gegen Geist und Buchstaben der Olympischen Charta verstoßen. In jener nämlich heißt es: *„Der Olympismus (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 universell gültiger ethischer Prinzipien gegründet ist.“*

Globale Unternehmen in der Sportartikelindustrie jedoch erwirtschaften Profite auf Kosten der Würde, Gesundheit und Sicherheit schutzloser Arbeiter/innen weltweit und verletzen universelle ethische Grundsätze. Bemerkenswerterweise hüllt sich die olympische Bewegung, allen voran das Internationale Olympische Komitee (IOC), bislang in Stillschweigen – obwohl diese Verstöße ganz offensichtlich zutage treten.

Weit ab vom Schweinwerferlicht des Athener Olympiastadions kämpfen Millionen von Menschen ihren eigenen, verzweiferten Kampf: den Kampf ums Überleben. Von China und Indonesien über die Türkei bis nach Bulgarien liegen Zuschnitt, Nähen, Zusammensetzen und Verpacken von Sportschuhen und Trikots in ihren Händen. Viele von ihnen arbeiten über 60 Stunden in der Woche zu Niedriglöhnen und unter schwersten Bedingungen. Es sind vor allem Frauen, denen die Expansion des internationalen Handels mit Sportartikeln Arbeit in Zulieferbetrieben verschafft hat. Zu deren Abnehmern gehören namhafte Unternehmensgiganten wie **Nike, adidas, Reebok, Puma, Fila, ASICS, Mizuno, Lotto, Kappa** und **Umbro**.

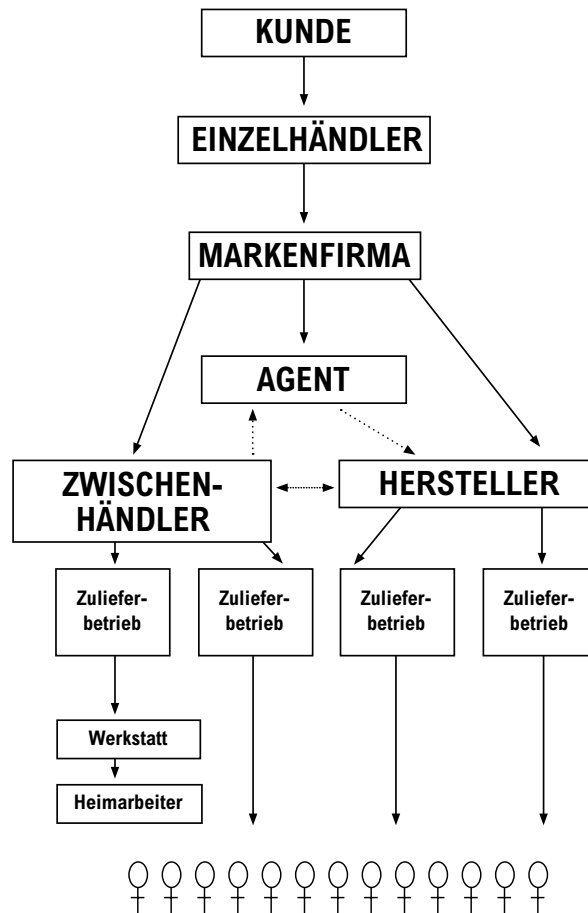
Wenn Ausbeutung eine olympische Disziplin wäre, würden die Giganten unter den Sportbekleidungsherstellern mühelos Medaillen einheimen. Zwar rühmt sich die Industrie ihrer Verhaltenskodizes, in denen sie arbeitsrechtliche, soziale und ethische Prinzipien niedergeschrieben hat. Aber ihre alltäglichen Geschäftspraktiken verursachen einen Marktdruck, der zu ausbeuterischen Arbeitsbedingungen führt, die genau diesen Kodizes widersprechen. 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.



Demonstration für Arbeitsrechte in Indonesien, Foto: NOVIB

Kern des Problems ist das heutige Unternehmenskonzept der globalen Konzerne. Sie üben weltweit einen rücksichtslosen Preisdruck auf Hersteller und Lieferanten aus, fordern schnelle und flexible Lieferung und wechseln häufig die Zulieferbetriebe, weil sie immer nach noch niedrigeren Produktionskosten suchen.

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 wälzen die Lieferanten den daraus resultierenden Druck auf die Arbeiter/innen am unteren Ende der Lieferkette ab. 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 verweigert wird, sich gewerkschaftlich zu organisieren und Tarifverhandlungen zu führen. Hinzu kommen rechtliche und administrative Hindernisse wie die Schwierigkeit, in den komplizierten Lieferketten den verantwortlichen Arbeitgeber ausfindig zu machen. Oder schlicht Einschüchterung und Bedrohung. All das führt dazu, dass die Arbeiter/innen schutzlos der unfairen und unmenschlichen Behandlung durch die Fabrikbetreiber ausgesetzt sind.

**Kapitel 1** des Berichts dokumentiert das harte Leben der Menschen, die am unteren 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 ihre ausbeuterischen Arbeitsbedingungen: klägliche Löhne, lange Arbeitszeiten und unbezahlte Zwangsüberstunden, Bedrohung und Einschüchterung, sexuelle Belästigung und physische Angriffe. In vielen Fabriken ist gewerkschaftliche Betätigung ausdrücklich verboten.

So berichtet Phan, eine 22 Jahre alte Wanderarbeiterin, die in der Fabrik S in Thailand Sportbekleidung für **Puma** näht: *„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.“*<sup>1</sup>

Soy, eine Arbeiterin in einer kambodschanischen Sportbekleidungsfabrik, berichtet im Interview: *„Sie zwingen uns, Überstunden zu machen. Wenn wir dreimal ablehnen, drohen uns die Manager mit Entlassung. Wenn wir uns weigern, an Sonn- und Feiertagen zu arbeiten, drohen sie uns auch.“*<sup>2</sup>

Beschäftigte in der indonesischen Fabrik G, die für **Reebok** produziert, berichten im Interview: *„Wir müssen viel Geld für unseren Lebensunterhalt aufbringen. Wir müssen die Schlafstellen bezahlen; wir haben Essens- und Transportkosten. Wir brauchen mindestens 10.000 Rupien (US\$ 1,19) pro Tag für Essen und 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 Million Rupien (US\$ 119) betragen.“*<sup>3</sup> Zur Zeit unserer Untersuchung lag der durchschnittliche Nettolohn in dieser Fabrik bei Rp 816.000 (US\$ 98,6), nur 82 % des tatsächlichen Bedarfs.

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 nähen 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.

<sup>1</sup> Interview, geführt von Oxfam – Partnern der thailändischen Arbeitsrechtskampagne, Mai / Juni 2003

<sup>2</sup> Fabrik CA



Nähen für den Export.  
Arbeiterin in der Sportbekleidungsindustrie in Thailand, Foto: CCC

<sup>3</sup> Muchlala, B. und Connor, T. (2003) ‚Working Conditions in Indonesian Sportswear Factories‘, Jakarta: Oxfam GB and Oxfam Community Aid Abroad

**BOX 1: Achtung der Gewerkschaftsrechte –  
die Kluft zwischen Theorie und Praxis**

<b>Land</b>	<b>Gewerkschafts-gesetze</b>	<b>Gewerkschaftsrechte in der Praxis</b>
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 garantiert. 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)

## **BOX 2: Grundlegende Prinzipien und Rechte am Arbeitsplatz**

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:

*Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen (Übereinkommen 87 und 98),*

*Beseitigung aller Formen von Zwangsarbeit (Übereinkommen 29 und 105),*

*tatsächliche Abschaffung der Kinderarbeit (Übereinkommen 138 und 182),*

*Verbot der Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf (Übereinkommen 100 und 111).*

In **Kapitel 2** des Berichts geht es um den globalen Sportartikelmarkt – einen Markt mit US\$ 58 Milliarden Umsatz im Jahr 2002. So erzielten **adidas** und **Reebok** im Jahr 2002 Rekordgewinne in Höhe von jeweils US\$ 408,9 Millionen und US\$ 195,5 Millionen, **Nike** und **Puma** im Jahr 2003 in Höhe von jeweils US\$ 1,123 Milliarden und US\$ 320 Millionen.

## **BOX 3: 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)

Die Globalisierung hat die Machtposition des Einzelhandels und der großen Markenfirmen entscheidend gestärkt. Es sind globale Lieferketten entstanden, in denen wenige mächtige Einzelhändler einem riesigen Netz von Herstellern und Subunternehmern aus der ganzen



#### **BOX 4: 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 5: 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 Lizeinnahmen 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 Mannschaftsausstattungen 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 Millionen.



Welt gegenüberstehen, die um Abnehmer kämpfen. Gleichzeitig stehen die Einzelhändler untereinander in harter Konkurrenz: Durch rücksichtslosen Preiswettbewerb versuchen die Unternehmen, ihre Marktanteile auszubauen. So ist der Durchschnittspreis für ein Paar Sportschuhe in den USA seit 1997 um zwölf Prozent gesunken (von US\$ 41 auf US\$ 36 im Jahr 2003)<sup>4</sup>.

Diesen Preisdruck wälzen die Einzelhändler auf die nächsten Glieder in der Kette, die Zulieferer, ab. Diese sehen sich entsprechend sinkenden Stückpreisen und steigenden Produktionskosten ausgesetzt. In Honduras berichteten Manager zweier Fabriken, die für berühmte Sportmarken T-Shirts für den Export herstellen, dass der Dutzendpreis, den die Abnehmer-Unternehmen zahlen, in drei Jahren um 23 Prozent gesunken ist (von US\$ 3,70 im Jahr 2000 auf US\$ 2,85 im Jahr 2003)<sup>5</sup>. Am Ende der Kette stehen die Beschäftigten, auf die die Zulieferer den Preisdruck abwälzen und die am stärksten darunter leiden.

Die Drohung der Einkäufer, dort einzukaufen, wo die Produktionskosten niedriger sind, hat ebenfalls den Druck auf die Preise verstärkt. Ein Zulieferer von **Nike** erklärte im Interview, die Forderung nach immer niedrigeren Preisen habe derart unrealistische Ausmaße angenommen, dass **Nike** die Produktion wegen nur US \$ 0,40 Preisunterschied pro Stück nach Vietnam verlagert habe.<sup>6</sup>

Der Druck des Marktes wirkt sich aber nicht nur auf den Preis aus. Der übliche Handelsbrauch, große Aufträge zu vergeben, ist einer neuen Praxis gewichen: Die Vorgabezeiten der Sportartikelindustrie werden immer kürzer. Heute müssen die Fabriken kleinere Mengen liefern, die monatlich, zuweilen sogar wöchentlich bestellt werden. Kürzlich wurde der Generalmanager für **Nike** in Bangkok mit folgender Aussage zitiert: „Die thailändischen Fabriken erhalten von **Nike** monatliche Produktionsaufträge, aber es ist zu erwarten, dass in Zukunft wöchentlich geordert wird, da die Kunden anspruchsvoller werden.“<sup>7</sup> **adidas** strebt an, die Lieferzeiten für Sportbekleidung von 120 auf 90 Tage zu verringern. Das Ergebnis sind menschenunwürdige Arbeitszeiten und Zwangsüberstunden in den Zulieferbetrieben, damit die Bestellungen termingerecht für den Export geliefert 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. Dieser Bericht zeigt jedoch, dass sie im Unrecht sind. Denn die Kodizes gehen davon aus, dass es in erster Linie die Verantwortung der Fabrikbetreiber und nicht die der Unternehmen selbst ist, diesbezügliche Maßnahmen zu ergreifen. Darüber hinaus gibt es keine Garantie, dass, wenn die Fabriken diesen Normen entsprechen, sie weiterhin Aufträge erhalten. Ein Fabrikbesitzer in Kambodscha erklärte im Interview: „Hohe Arbeitsstandards in Kambodscha binden keineswegs einen Abnehmer an eine Fabrik. Das

<sup>4</sup> "US Sporting goods imports resume growth", 6. März 2003, SGMA-Presseerklärung (SGMA = The association of the sports product industry dedicated to growing the business of sports and fitness worldwide)

<sup>5</sup> Oxfam Interviews Oktober 2003

<sup>6</sup> Nike kehrte schließlich zu dem Zulieferer aus Sri Lanka zurück und akzeptierte den höheren Preis, weil die Produktqualität besser war.

<sup>7</sup> Changsorn, P., "Regional hub – Nike see potential in Thailand", The Nation, 29. September 2003

<sup>8</sup> Womyn's Agenda for Change (2003), Interviews with Workers on Working Conditions in the Cambodian Sportswear Sector, Phnom Penh: Oxfam GB

<sup>9</sup> Interview von Oxfam, 6. August 2003

<sup>10</sup> 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), "Business and Code of Conduct Implementation: How firms use management systems for social performance." (Internationale Arbeitsorganisation)

kann nur ein guter Preis.“<sup>8</sup> Das Geschäftsmodell der Unternehmen widerspricht deshalb den eigenen Kodizes. Es gibt den Zulieferern eindeutige marktpolitische Signale und führt für deren Beschäftigte zu Niedriglöhnen und Zeitverträgen ohne grundlegende Arbeitsrechte.

Einige der engagierteren Unternehmen beginnen inzwischen einzusehen, dass sie ihren Anteil an den unsicheren und unfairen Arbeitsbedingungen durch ihre aggressiven Einkaufspolitiken anerkennen müssen, wenn eine Chance bestehen soll, die Probleme effizient 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>9</sup>

Leider unterstützen viele Regierungen die bisherige Unternehmensstrategie. Sie wollen ausländische Investoren anziehen und weichen nationale Gesetze auf, um billigere und "flexiblere" Arbeitskräfte anbieten zu können. Das Recht auf gewerkschaftliche Betätigung und Tarifverhandlungen höhlen sie oft als erstes aus.

**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:

- **Die tiefe Kluft zwischen ethischen Grundsätzen und Unternehmenspraxis**

Die aggressiven Einkaufspolitiken der großen Sportartikelfirmen stehen im Widerspruch zu ihren eingegangenen ethischen Verpflichtungen. 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 das 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>10</sup> 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 Fabrikbetreiber die Wahl haben, entweder ihre Abnehmer zu halten oder die Rechte ihrer Arbeitnehmer/innen durchzusetzen, entscheiden sie sich grundsätzlich für Ersteres. Die Abnehmer wiederum bevorzugen bei ihrer Suche nach niedrigeren Stückkosten und schnellen Lieferzeiten kurzfristige Geschäftsbeziehungen und wechseln immer wieder von einem Zulieferer zum nächsten. Das Wegbrechen von Aufträgen und die damit einhergehende Arbeitsplatzunsicherheit wirken sich unmittelbar auf die Lage der Beschäftigten aus.

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>11</sup>

<sup>11</sup> Interview von Oxfam, 6. August 2003

- **Spielregeln nicht eingehalten**

Viele Unternehmen halten ihre Zusagen, die Arbeitsnormen zu beachten, nicht ein. Zwar haben viele Firmen grundsätzlich Arbeitsrechte in Verhaltenskodizes niedergelegt. Sie kümmern sich jedoch kaum um deren praktische Umsetzung. Manche Firmen konnten nicht *eine* wirksame Maßnahme zur Umsetzung ihrer Kodizes in den Fabriken ihrer Zulieferer vorweisen. In einer indonesischen Fabrik, die für Umbro und Puma produziert und Waren mit Olympia-Logo herstellt, antworteten die befragten Arbeiter/innen entschieden: „*Es gibt keine Verhaltenskodizes in den Mauern unserer Fabrik. Wir haben nie einen Verhaltenskodex zu Gesicht bekommen.*“<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Fabrik I

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

- **Schlechte Einkaufspolitik eines Unternehmens untergraben die guten Praktiken der anderen**

Viele Sportbekleidungshersteller haben dieselben Zulieferfirmen. Selten nimmt eine Markenfirma mehr als 70 % der Produktion einer Fabrik ab. Wenn nun eine gutwillige Markenfirma nur einer von vielen Kunden ist, kann sie kaum auf die Einhaltung der Arbeitsnormen drängen, da der Zulieferer eher die Forderungen der Mehrheit der anderen Kunden im Hinblick auf Preise, Lieferzeiten und Flexibilität berücksichtigen wird. Sinnvolle Maßnahmen gegen diese Struktur stellen die so genannten „Multi-Stakeholder“-Initiativen dar, bei denen mehrere Unternehmen sowohl untereinander als auch mit anderen Akteuren aus Regierung und Zivilgesellschaft zusammenarbeiten.



Eine Sportbekleidungsfabrik in Madagaskar, Foto: CCC

**„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

## Schaubild 2: Geschäftspraktiken einiger bekannter

**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 Millionen. 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 Fabrikmanager und Gesundheitsgefährdungen durch das Einatmen von Textilfasern ausgesetzt.

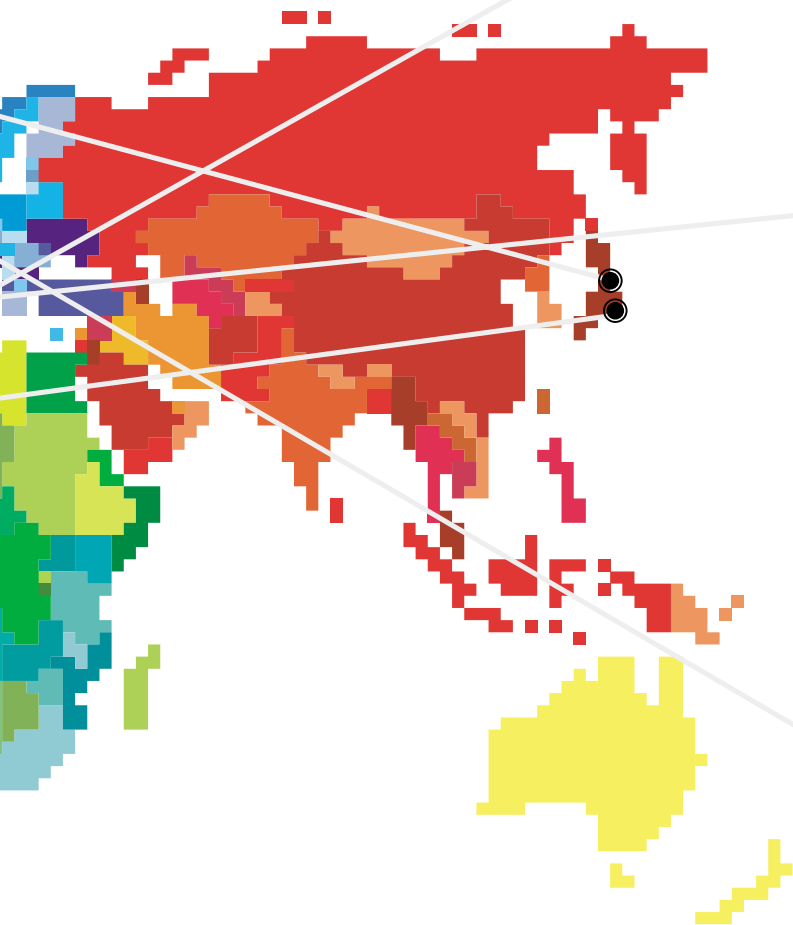
**Fila:** Fila ist ein italienisches Unternehmen für hochmodische Sportkleidung, das seit Juli 2003 im Besitz der in den USA ansässigen privaten Finanzgesellschaft Sport Brand International ist. Fila ist insbesondere bei jüngeren Verbrauchern eine bekannte Marke. Das Unternehmen versucht, seinen Markennamen 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 das Fabrikmanagement 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 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).



## 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 Millionen. 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 vergibt seine gesamte Produktion nach außen an Zulieferer in Indonesien, Vietnam, China, Kambodscha, auf den Philippinen und in der Türkei. In den Zulieferbetrieben in drei Ländern, die wir überprüft haben, berichteten die Beschäftigten über Löhne weit unter dem Existenzminimum, Lohnkürzungen und Strafen bei Krankenerlaubnis, 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 ausgefeilten 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 Millionen. 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 zu der Arbeitsrechten untergräbt.

## BOX 6: 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
R	adidas, Arena, Fila, Nike, Reebok, Speedo	Die Stücklöhne liegen in der Nebensaison unter dem gesetzlichen Mindestlohn* bei RMB** 200 – 300 (US\$ 24 - 36) monatlich.  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	Fila, Lacoste, Nike, Reebok, Umbro	Der durchschnittliche Monatslohn liegt zwischen RMB 500 und 600 (US\$ 60 - 72). Bei Stücklohn sinken die Löhne oft auf RMB 300 – 400 (US\$ 36 - 48) in der Nebensaison.  Für nicht genehmigten Urlaub wurden Strafen verhängt (drei Tage Lohnabzug zuzüglich aller Prämien), ebenso für fehlerhafte Ware (RMB 50 = US\$ 6).  Näherinnen arbeiten regelmäßig 12-Stunden-Schichten. In der Spitzensaison werden täglich im Durchschnitt 4 bis 5 Überstunden geleistet. Für Wochenendarbeit wird keine Überstundenprämie gezahlt.
M	Umbro	Stücklohn-Arbeiter/innen bekommen in der Nebensaison nicht den gesetzlichen Mindestlohn.  In der Spitzensaison arbeiten die Beschäftigten im Schnitt 15 Stunden pro Tag ohne Ruhetag. Überstundenprämien werden nicht gezahlt.
N	Mizuno, Kappa	In der Spitzensaison leisten die Beschäftigten zwischen 7 und 8 Überstunden pro Tag (bis 2:00 Uhr früh) ohne Ruhetag.  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.  Die Stücklohnzahlung ändert sich je nach dem vom Abnehmer gezahlten Preis für eine Versandeinheit.  Jeden Monat werden wegen fehlerhafter Erzeugnisse Strafen von RMB 20 – RMB 30 (US\$ 2,40 – 3,60) verhängt.

\*Der gesetzliche Mindestlohn in China ist ortsabhängig.

\*\*RMB = Renminbi (chinesisch für Volkswährung)

## Gefälschte Angaben bei der Inspektion

---

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).

Die Beschäftigten werden angehalten, den Inspektoren zu sagen, dass sie kaum Überstunden leisten und einen Tag pro Woche frei haben.

Falsche Lohnlisten behaupten, dass die Arbeitnehmer/innen RMB 700 bis 800 (US\$ 84 - 96) monatlich erhalten.

In den falschen Lohnlisten sind keine Strafen oder Lohnabzüge vermerkt.

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.

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.

Falsche Lohnlisten besagen, dass die Beschäftigten einen Mindestlohn von RMB 450 (US\$ 54) monatlich erhalten.

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.

Der Arbeitsvertrag besagt, dass nicht mehr als 3 Überstunden pro Tag geleistet werden dürfen und die Beschäftigten Anspruch auf 2 Ruhetage pro Woche haben.

Die Beschäftigten berichteten, sie seien gedrillt worden, um die „richtigen“ Antworten zu geben und die Fabrik sei vor den Inspektionen gründlich gereinigt worden.



## 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>13</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 diese Probleme aufmerksam. Denn wir hoffen, dass die olympische Bewegung ihr Bekenntnis zur Wahrung der Menschenwürde bekräftigt, indem sie die Sportbekleidungsindustrie dazu auffordert, ihre Unternehmensstrategie zu verändern und für gerechte und menschenwürdige Arbeitsbedingungen in ihren Zulieferbetrieben zu sorgen.

Die olympische Bewegung hat die Macht und den Einfluss, 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 damit zum Beispiel bewirken, dass Lizenz- und Sponsorenverträge an die Einhaltung von Arbeitsnormen gebunden werden.

Während der Bericht zeigt, wie negativ sich das Geschäftsverhalten vieler Sportartikelfirmen auf die Arbeitsbedingungen der Beschäftigten auswirkt, konzentriert sich die Kampagne **Play Fair bei Olympia** auf das **IOC** und ausgewählte Unternehmen, die, anders als **Nike** und **adidas**, bisher nicht im Fokus öffentlicher Kampagnen 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 die international anerkannten Arbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (IAO) respektieren. Dazu gehören auch: das Recht auf einen Lohn, der für den Lebensunterhalt ausreicht und in einer geregelten Wochenarbeitszeit von nicht mehr als 48 Stunden und ohne Zwangsüberstunden erwirtschaftet wird, sowie das Recht auf einen sicheren und gesunden Arbeitsplatz und ein festes Beschäftigungsverhältnis mit Schutz der Arbeitnehmer/innenrechte und Sozialversicherung.

<sup>13</sup> 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).

- *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. Jegliches Unterlaufen dieser Rechte ist inakzeptabel. 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 Sportbekleidungsunternehmen** müssen diese Probleme gemeinsam angehen, da sie die gesamte Branche betreffen. Dazu müssen 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, der Öffentlichkeit über die Auswirkungen ihrer Geschäftspraktiken auf die Arbeitnehmer/innen Rechenschaft abzulegen.
- *Menschenwürdige Arbeitsbedingungen*  
**Die Zulieferer der Sportbekleidungsunternehmen** müssen ihren Beschäftigten menschenwürdige Arbeitsplätze bieten, indem sie die internationalen Arbeitsnormen der IAO und das nationale Arbeitsrecht einhalten. Insbesondere müssen sie sicherstellen, dass die Beschäftigten die Möglichkeit haben, ihre Rechte auf Gewerkschaftsbeitritt und Tarifverhandlungen wahrzunehmen.
- *Schutz der Arbeitsrechte*  
**Die Regierungen** dürfen die Rechte von Arbeitnehmer/innen nicht mehr in Gesetz und

Praxis aushöhlen. Sie müssen nationale Gesetze und internationale Arbeitsnormen umsetzen, 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 **IOC**, die **Nationalen Olympischen Komitees** und die **Organisationskomitees** müssen die Industrie auffordern, in ihren Zulieferbetrieben die internationalen Arbeitsnormen der **IAO** 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 Vermarktungsvereinbarungen 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 ihrer Zulieferketten verlangen. Sie muss fordern, dass Markenfirmen in ihrer Einkaufspolitik Arbeitsrechte nicht untergraben, sondern fördern. Und sie muss fordern, dass die Unternehmen über die Auswirkungen ihrer Geschäftspraxis auf die Arbeitsbedingungen informieren und dafür die Verantwortung tragen.

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



Foto: CCC

Arbeiten am unteren Ende der globalen Lieferkette in Kambodscha

Gedruckte Exemplare der deutschen Zusammenfassung sind erhältlich:

#### Deutschland

Oxfam Deutschland, Greifswalder Str. 33a, 10405 Berlin, Tel.: +49-30-42850621,  
Fax: +49-30-42850622, E-mail: [info@oxfam.de](mailto:info@oxfam.de), [www.oxfam.de](http://www.oxfam.de)

Nord-Süd-Netz, DGB Bildungswerk, Hans-Böckler-Str. 39, 40476 Düsseldorf,  
Tel.: +49-211-4301384, Fax: +49-211-4301500,  
E-mail: [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.: +43-1-  
4055515306, Fax: +43-1-4055519, E-mail: [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.: +41-1-  
2777000, E-mail: [ccc@evb.ch](mailto:ccc@evb.ch), [www.evb.ch](http://www.evb.ch)

Oxfam ist ein Bund nationaler Hilfs- und Entwicklungsorganisationen, 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.

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.clothes.org>

Der Begriff "Global Unions" wird immer häufiger für die wichtigsten Organisationen der internationalen Gewerkschaftsbewegung verwendet. Die Global Unions umfassen den Internationalen Bund Freier Gewerkschaften (IFBG), die zehn globalen Gewerkschaftsföderationen (GUF) und den Gewerkschaftlichen Beratungsausschuss bei der OECD. Der IFBG und die Internationale Textil-, Bekleidungs- und Lederarbeitergewerkschaft (ITBLG) sind diejenigen der Global Unions, die die Kampagne auf internationaler Ebene am meisten repräsentieren.



Foto: 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)**