

# Wer bezahlt unsere Kleidung?

Mit der „Giants Campaign“ gegen die größten Discounter

Gisela Burckhardt

Die Discounter und ihre Praktiken rücken immer mehr ins Licht der Öffentlichkeit. Mit einer europaweiten Kampagne richtet sich die Clean Clothes Campaign (CCC) gegen die größten Discounter und macht die prekären Arbeitsbedingungen sowohl der ArbeiterInnen in den Produktionsstätten in u.a. Asien als auch der im Handel Beschäftigten in Europa sichtbar. Die Kampagne adressiert nicht nur die Discounter, sondern auch die Lieferanten in den Produzentländern, KonsumentInnen und nationalen Regierungen.

Ende 2008 wird die *Kampagne für „Saubere“ Kleidung* (Clean Clothes Campaign, CCC) die „Giants Campaign“ beginnen, die sich gegen die Giganten Aldi, Lidl, Carrefour, Tesco und Walmart richtet. In einzelnen Ländern können weitere Unternehmen hinzukommen. Mit dieser europaweiten Kampagne sollen die Einkaufspraktiken dieser Giganten angeprangert und Druck auf die Unternehmen ausgeübt werden, den Verhaltenskodex der CCC umzusetzen. Außerdem sollen die VerbraucherInnen ihr eigenes KundInnenverhalten überdenken. Die Regierungen werden aufgefordert, sich für verbindliche Regeln zur Unternehmensverantwortung einzusetzen.

In Deutschland stehen die Discounter Lidl, Aldi und KiK im Mittelpunkt. Die im Januar erschienene Broschüre von TERRE DES FEMMES (TDF) und der Clean Clothes Campaign „Wer bezahlt unsere Kleidung bei Lidl und KiK? Arbeitskraft zum Discountpreis – Schnäppchen für alle?“<sup>1</sup> ist eine Grundlage für diese Kampagne. Sie stellt nicht nur die inzwischen weithin bekannten katastrophalen Arbeitsbedingungen bei insgesamt sechs Zulieferern von Lidl und KiK in Bangladesch dar, sondern analysiert auch die Hintergründe.

Die Schuld für diese Zustände liegt zum größeren Teil bei den ausbeuterischen Einkaufspraktiken der Discounter. Die Broschüre beschreibt auch die Folgen der Discounter-Orientierung bei den hier beschäftigten, mehrheitlich weiblichen VerkäuferInnen: Nicht nur die Waren, auch die Verkaufskräfte in Deutschland bzw. Europa sollen billig sein. Wir haben die Broschüre auch an die Unternehmen Lidl und KiK geschickt und im März ein erstes Gespräch mit beiden geführt. Beide haben Missstände bei ihren Zulieferern in Bangladesch eingeräumt. Die



Arbeiterinnen in den Zulieferbetrieben in Bangladesch

Clean Clothes Campaign hat ihre Forderungen dargelegt, in etwa einem Jahr soll es ein Folgetreffen geben.

## Ohne gewerkschaftliche Organisation

Der neue Überwachungsskandal bei Lidl hat wieder auf die üblen Praktiken der Discounter gegenüber ihren eigenen MitarbeiterInnen aufmerksam gemacht. Für viele war dies keine Überraschung, schließlich gibt es schon seit 2004 das von ver.di (Ver-einte Dienstleistungsgewerkschaft) herausgegebene „Schwarzbuch Lidl“. Dort werden die Arbeitsbedingungen und die jahrelangen Versuche von Lidl, jegliche Organisation der Beschäftigten zu verhindern, beschrieben. Bis heute gibt es sechs Betriebsräte in den rund 2.800 Filialen mit 48.000 Beschäftigten in Deutschland. In Österreich ist die Situation ähnlich.

Bei anderen Discountern ist die Situation nicht besser. Bei Aldi Süd in Deutschland sind die Läden „gewerkschafts- und betriebsratsferne Zonen“, bei Aldi Nord gibt es hingegen in den meisten Filialen Betriebsräte, von denen viele bei ver.di organisiert sind. Im Osten Deutschlands werden die Betriebsräte hingegen von der Aktionsgemeinschaft Unabhängiger Betriebsbeschäftigter (AUB), einer Art gelber Gewerkschaft (von den Unternehmen heimlich unterstützt) dominiert. AUB geriet unlängst in die Schlagzeilen, weil ihr Vorsitzender Bestechungsgelder von Siemens angenommen haben soll und in Untersuchungshaft sitzt. Bei KiK gibt es bisher keinen einzigen Betriebsrat für die über 2.000 Filialen in Deutschland, wo zu 80 bis 90% nur Tex-

tilien verkauft werden. In Österreich wurde ein harter Kampf zur Gründung eines ersten Betriebsrates für die 250 Filialen von KiK geführt.

## Arm trotz Arbeit

Seit 2003 wurden 180.000 Vollzeitstellen im Einzelhandel in Deutschland abgebaut. Stattdessen machen Teilzeitbeschäftigte zu Niedrigstlöhnen die Arbeit – eine Prekarisierung der Arbeitsverhältnisse findet statt. Dies trifft vor allem Frauen, denn 70% der Beschäftigten im deutschen Einzelhandel sind weiblich. In den Läden der Discounter arbeitet über die Hälfte der Ange-



Näherin bei Basic Apparel

stellten in Teilzeit zu Niedrigstlöhnen: Der Tariflohn liegt bei 1.400 bis 2.000 Euro brutto, die Teilzeitbeschäftigten verdienen unter 1.000 Euro. Der Tariflohn im Einzelhandel gehört zu den untersten Tarifgruppen – wen wundert es: Es sind ja vor allem Frauen hier beschäftigt.

Um Fachkräfte einzusparen, können bei KiK Auszubildende schon nach rund einem Jahr die Leitung einer Filiale übernehmen – zu einem Mindestlohn von 750 Euro monatlich. Unterstützung bekommt er/sie von Aushilfen, die mit einem Stundenlohn von unter fünf Euro zurechtkommen müssen. Wer bei KiK als Aushilfskraft beginnt, fängt mit einem Stundenlohn von 4,50 Euro an.<sup>2</sup>

Was im Fachjargon „Flexibilisierung von Arbeitszeiten“ heißt, bedeutet: Arbeitszeiten wie es den Discountern passt, aber Leerzeiten für die Angestellten. Über Mittag ist nicht viel los im Laden, da braucht man den Kostenfaktor Arbeit nicht. Da soll die Angestellte doch zwei Stunden spazieren gehen und dann wieder kommen oder abrufbereit zu Hause am Telefon sitzen. Die verlängerten Öffnungszeiten und verkaufsoffenen Sonntage gehen zu Lasten der VerkäuferInnen, das eigene Familienleben wird kaum noch planbar.

## Wie kann KiK so günstig verkaufen?

KiK wirbt mit dem Slogan „Kleidung clever kaufen!“ Im Umkehrschluss heißt dies: Alle anderen, die teurer einkaufen, sind eben blöd. Das einzige, das zählt, ist ein niedriger Preis. Offen-

sichtlich geht das Konzept auf: Die Tengemann-Gruppe ist mit ihren Textilverkäufen in den Ketten Plus und KiK inzwischen Deutschlands siebtgrößter Textileinzelhändler und liegt damit kurz hinter Peek & Cloppenburg.

Die Werbung verheißt, dass sich jede/r Kundin/Kunde für 30 Euro komplett beim Textildiscounter einkleiden kann. Das Konzept dahinter: keine Bedienung, möglichst wenige feste Arbeitsplätze, niedrigste Bezahlung der dort Arbeitenden. Aushilfen erhalten Stundenlöhne unter fünf Euro, Auszubildende werden als Arbeitskräfte missbraucht und gewerkschaftliche Aktivitäten werden durch das Management behindert. Dazu kommen weitere Kosteneinsparungen durch eine günstige Lage der Filialen (nicht in teuren Shoppingzentren), den Verzicht auf Dekorationen, ein schlichtes Sortiment.

KiK spart auch durch die Ausschaltung von Zwischenhändlern. Die Waren werden direkt bei den Fabriken in Asien bestellt. Aldi und Lidl hingegen kaufen meistens noch über Importeure ein, wobei sich hier langsam auch eine Veränderung vollzieht. In China, Indien und Bangladesch werden die Arbeitsrechte in noch größerem Maße mit Füßen getreten.

Basierend auf Interviews mit 136 ArbeiterInnen aus sechs Fabriken, von denen fünf Lidl und drei KiK beliefern, stellt die eingangs erwähnte Broschüre schwerwiegende Arbeitsrechtsverletzungen fest: Die NäherInnen arbeiten ohne Arbeitsverträge zu Niedrigstlöhnen. Überstunden werden nicht oder nicht korrekt bezahlt, das Recht sich zu organisieren, wird den ArbeiterInnen verwehrt: In keiner Fabrik gibt es einen Betriebsrat oder eine Gewerkschaft. Frauen werden diskriminiert und von den Vorarbeitern schlecht behandelt, sie werden geringer bezahlt als die Männer.

## Billig billig billig?

Ein wesentlicher Grund für diese schlechten Arbeitsbedingungen liegt in den Einkaufspraktiken der Discounter. Aufgrund ihres riesigen Auftragsvolumens haben sie eine enorme Macht über die Lieferanten, können die Preise drücken und Lieferfristen kürzen. Das Motto lautet: Billiger, schneller, flexibler – das Risiko sollen die Lieferanten tragen. Die Produzenten in Bangladesch stehen diesen großen Konzernen machtlos gegenüber. Sie geben den Druck weiter an die NäherInnen, auf deren Rücken letztlich der Kampf um die niedrigen Preise ausgetragen wird.

Wann endlich werden die VerbraucherInnen ihre Macht erkennen und vor allem ausüben? Die Industrie hat uns die Billig-billig-Strategie eingehämmert, die Schnäppchen-Haltung wurde uns injiziert. Der gnadenlose Konkurrenzkampf der Firmen untereinander wird über den Preis ausgetragen. Der/die KonsumentIn profitiert scheinbar – die VerkäuferInnen hier und die NäherInnen in den Produktionsländern verlieren.

### Anmerkungen:

1 Die Broschüre kann bei TDF im Shop auf der Homepage unter [www.frauenrechte.de](http://www.frauenrechte.de) bestellt werden.

2 taz vom 2.6.2007.

### Zur Autorin:

Gisela Burckhardt vertritt TERRE DES FEMMES ehrenamtlich in der *Kampagne für „Saubere“ Kleidung* und ist dort Mitglied des Geschäftsführenden Ausschusses. Sie ist entwicklungspolitische Gutachterin und in dieser Funktion häufig in den Ländern des Südens tätig.