

NOVEMBER 2017

Clean
Clothes
Campaign

PAY A
LIVING
WAGE



EUROPAS SWEATSHOPS

Die Ergebnisse der jüngsten Recherchen der CCC in Mittel-, Ost- und Südost-Europa

Zusammenfassung

Zwischen den Löhnen, die Beschäftigte in der Bekleidungsindustrie erhalten, und ihren Lebenshaltungskosten in Mittel- Ost- und Südost-Europa besteht eine dramatische Kluft.

Arbeitsgesetze werden nicht eingehalten und durchgesetzt.

All dies hat schlimme Folgen für das Leben der ArbeiterInnen.

EUROPAS SWEATSHOPS

Clean
Clothes
Campaign

PAY A
LIVING
WAGE

Mehr als 1,7 Mio Menschen arbeiten in der Modeindustrie Mittel-, Ost-, Südost-Europas*

Zwischen 79% und 92% der registrierten Arbeiterinnen und Arbeiter im Bekleidungssektor der angezeigten Länder sind Frauen.



* Gesamtzahl der formell und informell Beschäftigten – moderat geschätzt auf Basis empirischer Befunde und des Anteils der informellen Wirtschaft am BSP.

EUROPAS SWEATSHOPS

Clean Clothes Campaign

PAY A LIVING WAGE

Die Publikationen der CCC zu Europas Modeproduktion: für viele ein Schock

2014: Im Stich gelassen

http://lohnzumleben.de/im_stich_gelassen/

2016: Labour on a Shoestring

<http://lohnzumleben.de/arbeitsrechte-mit-fuessen-getreten/>

2017: The Real Cost of Our Shoes

<http://lohnzumleben.de/real-cost-of-our-shoes/>

Diese Berichte zeigen, dass unmenschliche Arbeitsbedingungen und Armutslöhne nicht nur in Asien an der Tagesordnung sind.



EUROPAS SWEATSHOPS

Clean Clothes Campaign

PAY A LIVING WAGE

“Made in Europe” – den Mythos hinterfragen

In Reaktion auf das zunehmende VerbraucherInnen-Bewusstsein über asiatische Modeproduktion werben nun viele Marken und Händler mit “Made in Europe” oder “Made in EU”.

Dies soll Fairness und soziale Verantwortung signalisieren – leider ein Mythos.



EUROPAS SWEATSHOPS

Clean
Clothes
Campaign

PAY A
LIVING
WAGE

Charakteristika der Modeproduktion in der Region

- In allen Ländern nähren qualifizierte, erfahrene Beschäftigte.
- In den meisten Ländern* ist die Bekleidungs-/Schuhindustrie immer noch eine der, wenn nicht DIE wichtigste Branche für Exporte und Beschäftigung.
- In allen Ländern der Region gibt es ein extrem arbeitgeber-freundliches Klima mit sehr niedrigen Löhnen und frühkapitalistischen industriellen Beziehungen.

* Albanien, Bulgarien, Bosnien-Herzegowina, Kroatien, Georgien, Mazedonien, Moldawien, Polen, Rumänien, Serbien, Slowakei, Ukraine

DEUTSCHLAND UND ITALIEN SIND DIE MIT ABSTAND WICHTIGSTEN EXPORT-ZIELE FÜR BEKLEIDUNG UND SCHUHE AUS DER REGION.



EUROPAS SWEATSHOPS

Clean
Clothes
Campaign

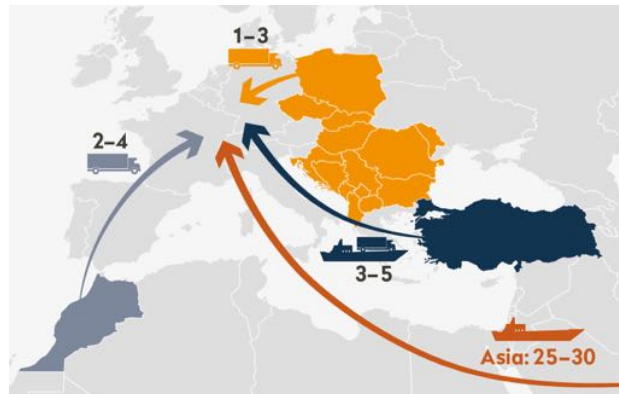
PAY A
LIVING
WAGE

Die Rolle der Region in Globalen Produktionsnetzwerken

Strategische Produktionsknotenpunkte insbesondere für

- Arbeitsbekleidung (Uniformen etc.)
- Schnelle und kleinere Aufträge (geografische Nähe)
- Hochwertige Produktion für Marken mittlerer und höherer Preis-Segmente.

DURCHSCHNITTliche TRANSPORT-ZEITEN NACH WESTEUROPA IN TAGEN *



* Schätzung der Transportzeiten ohne Handling.

EUROPAS SWEATSHOPS

Clean Clothes Campaign

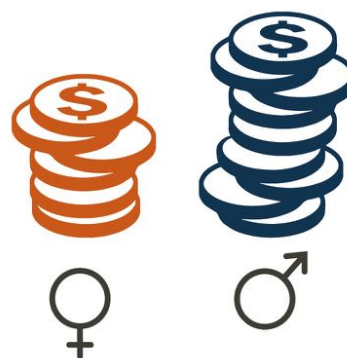
PAY A LIVING WAGE

Geschlechtsbedingte Einkommenslücke

In allen Ländern der Region ist die Bekleidungsindustrie das am schlechtesten bezahlte verarbeitende Gewerbe.

Zusätzlich gibt es eine geschlechtsspezifische Arbeitsteilung innerhalb der Fabriken.

Es ist sehr schwer, die geschlechtsbedingte Einkommenslücke in der Modeproduktion zu schätzen. Offizielle Statistiken weisen sie für das gesamte verarbeitende Gewerbe zwischen 18% und 27% in den untersuchten Ländern aus. Industriespezifische Daten fehlen – außer in der Slowakei.



IN DER SLOWAKEI VERDIENEN ARBEITERINNEN IN DER LEDER-, SCHUH- UND BEKLEIDUNGSINDUSTRIE FAST 50% WENIGER ALS IHRE MÄNNLICHEN KOLLEGEN.

Quelle: Luginbühl, Christa/Musiolek, Bettina (2016): [LABOUR ON A SHOESTRING](https://cleanclothes.org/resources/recommended-reading/labour-on-a-shoestring). The realities of working in Europe's shoe manufacturing peripheries in Albania, Bosnia-Herzegovina, Macedonia, Poland, Romania and Slovakia, Dresden/Zurich; Seite 18. <https://cleanclothes.org/resources/recommended-reading/labour-on-a-shoestring>

EUROPAS SWEATSHOPS

Clean Clothes Campaign

PAY A LIVING WAGE

Dreifachbelastung für Arbeiterinnen

1. Verantwortung für die Familie als HauptverdienerInnen.
2. Haushalts- und Pflegearbeit für die Großfamilie einschließlich Kinder und Senioren.
3. Arbeit in der Subsistenz-Landwirtschaft, um die eigenen Armutslöhne zu subventionieren.



Quelle: Luginbühl, Christa/Musiolek, Bettina (2014): IM STICH GELASSEN. Die Armutslöhne der ArbeiterInnen in Kleiderfabriken in Osteuropa und der Türkei; Clean Clothes Campaign, Seiten 67-69.
http://www.cleanclothes.at/media/common/uploads/download/im-stich-gelassen/CCC-GE-Report-GER-DEF-LR_1.pdf/

EUROPAS SWEATSHOPS

Clean
Clothes
Campaign



SERBIEN



> 100,000 Beschäftigte (formell und informell)



Hauptexportziel: Italien

Das vollständige Länderprofil ist hier zu finden:
http://lohnzumleben.de/laender/dossiers_ost/

Modemarken/-händler, die laut der von ihnen veröffentlichten Zuliefererliste in Serbien produzieren, von denen in serbischen Medien oder auf Firmenwebseiten immer wieder zu lesen ist oder die von anderen lokalen Quellen genannt werden, sind: Armani, Burberry, Calzedonia, Decathlon, Dolce & Gabbana, Ermenegildo Zegna, Golden Lady, Gucci, H&M, Inditex/Zara, Louis Vuitton/LVMH, Next, Mango, Max Mara, Marks & Spender, Prada, s'Oliver, Schiesser, Schöffel, Top Shop, Tesco, Tommy Hilfiger/PVH, Versace.

Zu den Modemarken/Auftraggebern der untersuchten Fabriken gehörten **Benetton, ESPRIT, GEOX and Vero Moda (Bestseller)** (Quellen: befragte ArbeiterInnen, Unternehmenswebsites).

EUROPAS SWEATSHOPS

Clean
Clothes
Campaign



SERBIEN | STIMMEN DER ARBEITERINNEN

„Egal was du sagst, die Antwort ist: ‚Dort ist die Tür.‘“

„Die Klimaanlage werden sie erst einschalten, wenn wir vor unseren Maschinen tot umfallen.“

„Ich habe der Vorgesetzten gesagt, ich könne an dieser Maschine nicht atmen. Es seien bereits 30 Grad in der Fabrik, und wenn wir diese Maschine bedienen, würde es noch viel heißer. Da nahm sie das heiße Abluftrohr der Maschine, richtete es auf die Gesichter von mir und meiner Kollegin und sagte: ‚Das ist euer Problem, und wenn ihr damit nicht zurechtkommt, gibt es genug Leute, die darauf warten, euren Platz einzunehmen!‘“

„Wir wissen, wann beispielsweise ein Inspektor oder ein Manager aus Italien die Fabrik besuchen wird, denn vorher öffnet die Betriebsleitung Türen und Fenster und schaltet die Klimaanlage ein. Normalerweise sagt uns das Management: ‚Wenn ihr die Tür öffnet, werdet ihr auf der Stelle entlassen.‘“

EUROPAS SWEATSHOPS

Clean
Clothes
Campaign

PAY A
LIVING
WAGE

SERBIEN | LOHNLEITER

189 €	22,880 RSD	Legal minimum net salary, 2017 (as of 1 Jan)
218 €	27,624 RSD	Average net salary: garment industry (May 2017)
256 €	32,374 RSD	Poverty threshold, family of four, 2016 (60% of median household income)
278 €	35,094 RSD	Subsistence minimum, 2016 (minimum consumer basket for household)
372 €	47,136 RSD	Average net salary: total economy (May 2017)
652 €	77,828 RSD	Minimum living wage as estimated by interviewed workers (per month, family of four, net wage)

EUROPAS SWEATSHOPS

Clean
Clothes
Campaign

PAY A
LIVING
WAGE

UKRAINE



Das vollständige Länderprofil ist hier zu finden:
http://lohnzumleben.de/laender/dossiers_ost/



> 220,000 Beschäftigte (formell und informell)



Hauptexportziel: Deutschland

Modemarken/-händler, die laut der von ihnen veröffentlichten Zuliefererliste in der Ukraine produzieren, von denen in ukrainischen Medien oder auf Firmenwebseiten immer wieder zu lesen ist oder die von anderen lokalen Quellen genannt werden, sind sowie in untersuchten Fabriken produzieren lassen:

Asos, Adidas, Benetton, C&A, Esprit, Hugo Boss, Inditex/Zara, Kirsten, Liz Claiborne, Mexx, Marks & Spencer, Mart Visser, Next, Oui, Peek & Cloppenburg, Steps, s.Oliver, Saint James, Topshop, Triumph, Tommy Hilfiger/PVH, Walbusch.

EUROPAS SWEATSHOPS

Clean
Clothes
Campaign



UKRAINE | STIMMEN DER ARBEITERINNEN

„Meine Familie muss für Elektrizität und Wasser monatlich 86 EUR bezahlen [das entspricht dem gesetzlichen Mindestlohn und dem Standardlohn].“

„Ich wünschte, ich hätte einen höheren Lohn. Sie sehen ja, mittlerweile habe ich keinen einzigen Zahn mehr. Ich hätte auch gern einen Kühlschrank. Möge Gott mir Gesundheit schenken.“

„Es gibt Zeiten, in denen wir nichts zu essen haben.“

„Vier Euro dafür, dass ich den ganzen Samstag arbeite.“

„Nur 8% der Befragten hatten überhaupt einmal in den vorangegangenen fünf Jahren Urlaub (natürlich innerhalb des Landes). Alle anderen befragten ArbeiterInnen können sich Urlaub nicht vorstellen. Sie müssen ihn am „Grünen Meer“ verbringen, wie eine Arbeiterin scherzte: Sie arbeiten auf ihren Feldern, um ihre Ernährung sicher zu stellen. (Forscherin)“

EUROPAS SWEATSHOPS

Clean
Clothes
Campaign



UKRAINE | LOHNLEITER

89 €	2'576 UAH	Legal minimum net wage
96 €	2'778 UAH	Average net wage of interviewed workers including overtime and bonuses
135 €	3'713 UAH	Lowest average net wage: light industry (mainly garments and shoes) Dec 2016
166 €	4'800 UAH	Official subsistence ("living") minimum 1/12/2016 – 31/4/2017: able-bodied adult, working age, per month, 3 consumption units
190 €	5'212 UAH	Average net wage in economy Dec 2016
378 €	10'356 UAH	Highest average net wage: production of main pharmaceutical products Dec 2016
477 €	13'803 UAH	Minimum living wage as estimated by interviewed workers. Per month, 3 consumption units, net wage

EUROPAS SWEATSHOPS

Clean
Clothes
Campaign



UNGARN



20.213 registrierte Beschäftigte in der Bekleidungsindustrie (2016)

> 40.000 Beschäftigte (formell und informell)



Hauptexportziel: Deutschland

Das vollständige Länderprofil ist hier zu finden:

http://lohnzumleben.de/laender/dossiers_ost/

Modemarken/-händler, die laut der von ihnen veröffentlichten Zuliefererliste in der Ungarn produzieren, von denen in ungarischen Medien oder auf Firmenwebseiten immer wieder zu lesen ist oder die von anderen lokalen Quellen genannt werden, sind sowie in untersuchten Fabriken produzieren lassen:

Bäumler, Gucci, Next, Peter Hahn, Stella McCartney, Strenesse, Tommy Hilfiger (PVH), Wagner (PWT Group).

EUROPAS SWEATSHOPS

Clean
Clothes
Campaign



UNGARN | STIMMEN DER ARBEITERINNEN

“Wir haben einen Punkt erreicht, wo alles, was wir uns von unserem Lohn leisten können, der Strom in unserer Wohnung ist.”

“Wir verdienen einfach krass wenig. Früh am Morgen aufstehen, zum Bus gehen, 8 Stunden hart arbeiten für weniger als 70,000 [225 EUR] im Monat im 21. Jahrhundert! Einfach erbärmlich. Die Beschäftigten akzeptieren, was auch immer die Bosse sagen. Sie beschweren sich nicht und diskutieren nicht. Sie sagen einfach: ‚OK, sie haben Recht.‘ Und das sind Frauen über 50.”

“Bei 40 Grad Hitze fühlst Du Dich sowieso schon schwindelig. Du hältst es kaum noch aus. Sollte ich das unmenschlich nennen? Ich denke schon.”

EUROPAS SWEATSHOPS

Clean
Clothes
Campaign



UNGARN | LOHNLEITER

197 €	60'000 HUF	Lowest net wage of interviewed workers incl. overtime and bonuses
243 €	73'815 HUF	Legal minimum net wage (2016)
282 €	85'785 HUF	Legal minimum net wage of skilled workers (2016)
366 €	111'150 HUF	Average net wage of textile, garment and leather manufacturing workers according to official statistics (2016)
395 €	120'000 HUF	Highest net wage of interviewed workers incl. overtime and bonuses (2016)
608 €	184'952 HUF	Average net wage in the economy (without transition employment) (2016)
845 €	256'995 HUF	Subsistence minimum for a family (2 adults, 2 children) (2016)
1'119 €	340'000 HUF	Average minimum living wage for a family, as estimated by the interviewed workers (lowest est. 987 EUR/300.000 HUF, highest est. 1316 EUR/400.000 HUF) (2016)

EUROPAS SWEATSHOPS

Clean
Clothes
Campaign



GEORGIEN



> 30,000 Beschäftigte (formell und informell)



Hauptexportziel: Turkey

Anders als alle anderen Länder in der Region hat Georgien:

- kein Arbeitsgesetz,
- keine Arbeitsinspektion,
- kein Sozialversicherungssystem und
- einen zuletzt 1999 festgelegten Mindestlohn.

Das vollständige Länderprofil ist hier zu finden:

http://lohnzumleben.de/laenderdossiers_ost/

EUROPAS SWEATSHOPS

Clean
Clothes
Campaign

PAY A
LIVING
WAGE

Schwache Staaten und frühkapitalistische industrielle Beziehungen



Einige von Europas ärmsten Ländern wie Serbien offerieren globalen Markenfirmen fast grenzenlose direkte und indirekte Subventionen, während sie gleichzeitig ihre eigenen Gesetze nicht durchsetzen. Zu diesen Unterstützungsleistungen der Regierungen gehören extrem niedrige Mindestlöhne, Gesetzgebung zugunsten der Arbeitgeber und zuungunsten von Gewerkschaften bis hin zu direkten Zuschüssen für globale Markenfirmen, die sich in Serbien ansiedeln.

Diese Großzügigkeit gegenüber der Wirtschaft geht auf Kosten der Belegschaften, ihrer Familien und insbesondere der Arbeiterinnen.

Gewerkschaften sind sehr schwach; Tarifverhandlungen finden deshalb kaum statt.

Globale Modemarken profitieren von schwachen Staaten und eingeschüchterten, verarmten und überschuldeten Belegschaften. Sie üben nicht ihre menschenrechtliche Sorgfaltspflicht aus.

EUROPAS SWEATSHOPS

Clean
Clothes
Campaign

PAY A
LIVING
WAGE

Die EU und ihre Beitrittsländer

Während die Europäische Kommission die Ukraine und Georgien für ihre „beispiellosen Reformen“ bejubelt, schenkt sie der Situation der ArbeiterInnen, die dort für Westeuropa schuften, wenig Beachtung.

In Georgien wurde die fast vollständige Abwesenheit der fundamentalsten Schutzmechanismen für Beschäftigte bislang nicht praktisch angegangen, obgleich es ein EU-Assoziierungsabkommen gibt und vorher EU-Handelspräferenzverträge mit Georgien gab.



EUROPAS SWEATSHOPS

Clean
Clothes
Campaign

PAY A
LIVING
WAGE

Gesetzlicher Mindestlohn überall unter dem Existenzminimum

In der Praxis legen Regierungen die Mindestlöhne

- unter dem offiziellen Existenzminimum,
- unter der Armutsgrenze und
- weit unter einem existenzsichernden Einkommen fest.

In einigen Ländern können die Mindestloohnerhöhungen den Anstieg der Lebenshaltungskosten nicht kompensieren.

* Quelle: [Numbeo](#). Electricity, heating, cooling, water and garbage of a 85m² apartment.

BEISPIEL UKRAINE: ZUNEHMENDE LEBENSHALTUNGSKOSTEN, ARMUTSLÖHNE

Verbraucherpreise stiegen zwischen 2010 und 2017 um +134%.

Wohnnebenkosten explodierten in derselben Zeit: +465%*

Sie belaufen sich durchschnittlich auf 73 EUR* - fast der komplette Lohn muss dafür ausgegeben werden. Einige ArbeiterInnen-Familien hängen von Zuschüssen für Wohnnebenkosten ab. Auf diese Weise subventioniert der Staat die niedrigen Löhne von ArbeiterInnen für globale Markenfirmen.

„In meiner Familie gibt es praktisch kein Fleisch zu essen. Wir sind Gebühren für Elektrizität und Wasser schuldig, 69 EUR im Monat. Meine Familie lebt von zwei Mindestlöhnen, meiner Invaliditätsrente von 1.200 UAH [41 EUR] und unserem Feld.“
Arbeiterin, Ukraine

EUROPAS SWEATSHOPS

Clean
Clothes
Campaign

PAY A
LIVING
WAGE

Selbst dieser niedrige Mindestlohn wird oft nicht gezahlt



BEISPIELE FÜR VERLETZUNGEN DER MINDESTLOHN-GESETZE

In der Ukraine und Serbien enthüllen die Berichte der Beschäftigten, dass viele von ihnen nicht einmal den gesetzlichen Mindestlohn erhält. Z.B.

- Geox-Beschäftigte in Serbien.
- Die Mehrheit der Belegschaften bei (Unter-)Auftragnehmern von Benetton, Geox, Esprit, Bestseller/Vero Moda in Serbien oder Triumph in der Ukraine.

Während die Nichteinhaltung der Mindestlohngesetze in Bosnien-Herzegowina, Mazedonien, Ungarn, Moldawien, Bulgarien und Rumänien oft vorkommt, ist es praktisch die Regel in der Ukraine, Serbien und Albanien.

EUROPAS SWEATSHOPS

Clean Clothes Campaign

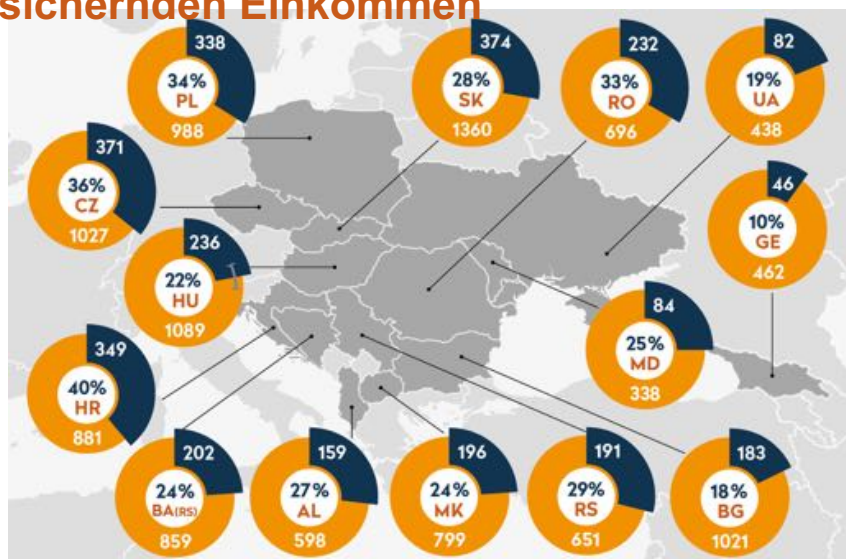


Die Kluft zwischen dem gesetzlichen Mindestlohn und einem existenzsichernden Einkommen

Legende [EUR]

- Gesetzlicher Netto-Mindestlohn*
- Geschätzter Basis-Existenzlohn laut interviewten ArbeiterInnen*
- % Der Anteil des Mindestlohnes am Existenzlohn*

* Notes: Net minimum wage as of Oct 2017, except if stated otherwise below. Living wage estimates as of 2017 (AL, MK, RS, UA), 2016 (BA (RS), HU, PL, RO, SK), 2015 (CZ) or 2013 (BG, HR, GE, MD). Conversion rates as of 1st Oct 2017.
CZ: Net wage differs according to family status and can be higher. Min net wage used here applies to a worker without children. **BA (RS):** It cannot be excluded that lower minimum wage in the garment sector apply due to a sector agreement.
GE: There is no realistic min. wage for the sector. The figure used here is the minimum gross wage for the public sector (135 GEL). Min. wage for private sector is only 20 GEL = 7 EUR.
HU: Minimum net wage and living wage estimate as of 2016. Living wage estimates according to workers interviewed ranges from 300.000 to 400.000 HUF. For this calculation, an average figure of 340.000 has been used.



EUROPAS SWEATSHOPS

Clean Clothes Campaign

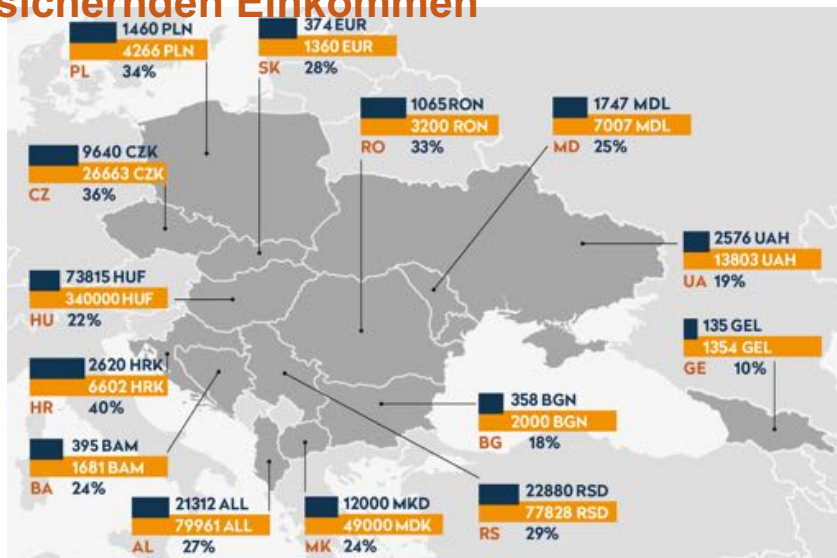


Die Kluft zwischen dem gesetzlichen Mindestlohn und einem existenzsichernden Einkommen

Legende [einheimische Wahrung]

- Gesetzlicher Netto-Mindestlohn*
- Geschatzter Basis-Existenzlohn laut interviewten ArbeiterInnen*
- % Der Anteil des Mindestlohnes am Existenzlohn*

* **Notes:** Net minimum wage as of Oct 2017, except if stated otherwise below. Living wage estimates as of 2017 (AL, MK, RS, UA), 2016 (BA (RS), HU, PL, RO, SK), 2015 (CZ) or 2013 (BG, HR, GE, MD).
CZ: Net wage differs according to family status and can be higher. Min net wage used here applies to a worker without children. **BA (RS):** It cannot be excluded that lower minimum wage in the garment sector apply due to a sector agreement. **GE:** There is no realistic min. wage for the sector. The figure used here is the minimum gross wage for the public sector (135 GEL). Min. wage for private sector is only 20 GEL = 7 EUR.
HU: Minimum net wage and living wage estimate as of 2016. Living wage estimates according to workers interviewed ranges from 300.000 to 400.000 HUF. For this calculation, an average figure of 340.000 has been used.



EUROPAS SWEATSHOPS

Clean Clothes Campaign



Gesichter der Armut

Wie uberleben die ArbeiterInnen mit so niedrigem Lohn?

Hauptstrategien:

- Subsistenzlandwirtschaft
- Überschuldung: ständige Umschuldung zu Wucherzinsen
- Arbeitsmigration in den Westen

WUCHERER-ANGEBOT UNWEIT DER FABRIK EINER GLOBALEN MODEMARKE IN RUMÄNIEN



EUROPAS SWEATSHOPS

Clean Clothes Campaign



Die Verantwortung Deutschlands, Italiens und anderer westeuropäischer Länder

In den 70ern initiierten v.a. die deutsche und italienische Regierung Zollbefreiung für Textil-Reimporte aus der EU in Länder Ost-, Südosteuropas. Das System nennt sich "Passive Lohnveredelung" (PLV).

Das Ziel: Arbeitsintensive Produktionsschritte auslagern und so kapitalintensive Produktionen in Deutschland und Italien schützen.

Die Folge: Extrem abhängige und einseitige Produktionen mit schlechten Arbeitsbedingungen und niedrigen Einkommen in ost- und südosteuropäischen Bekleidungsfabriken sowie Arbeitsplatzverluste in Westeuropa in der Bekleidungsindustrie.

Heute ist das PLV-Produktions- und Handelssystem mit schlechten Arbeitsbedingungen und niedrigen Löhnen immer noch vorherrschend in Mittel-, Ost- und Südosteuropa. Deutsche und italienische Firmen sind nach wie vor mit Abstand die größten Auftraggeber.

Um zu überleben gehen Familienmitglieder von NäherInnen auf der Suche nach Einkommen oft nach Deutschland, Italien und Westeuropa. Sie arbeiten dort als Tagelöhner oder anders prekär Beschäftigte in Schlachthöfen oder auf dem Bau. Dies trägt noch zu den Lasten bei, die die Arbeiterinnen zu Hause tragen müssen.

EUROPAS SWEATSHOPS

Clean
Clothes
Campaign

PAY A
LIVING
WAGE

'Passive Lohnveredelung' – Beispiel Schuhe

In der Bekleidungs- und Schuhindustrie ist PLV ("Lohn", "Ishleme", "Façon") nach wie vor dominierend.

Legende



Italienische Schuhmarken liefern die Produktionsinputs in die Billiglohnländer der Region



Italienische Schuhmarken reimportieren die fertigen Schuhe



Verpackung und Etikettierung erfolgen oft in Italien, von wo aus die Schuhe meist in Westeuropa verkauft werden.



EUROPAS SWEATSHOPS

Clean
Clothes
Campaign

PAY A
LIVING
WAGE

‘Passive Lohnveredelung’ – Beispiel Bekleidung

Deutsche Auftraggeber spielen europaweit die Hauptrolle im Passiven Lohnveredelungsverkehr von Bekleidung.

Legende



Deutsche Firmen liefern die Produktionsinputs in die Billiglohnländer der Region



Deutsche Firmen reimportieren die fertige Bekleidung



Verpackung und Etikettierung erfolgen oft in Deutschland, von wo aus meist in Westeuropa verkauft wird.



EUROPAS SWEATSHOPS

Clean
Clothes
Campaign

PAY A LIVING WAGE

Empfehlungen

AN MODEMARKEN UND -HÄNDLER:

- Zahlung eines Existenzlohnes.
- Engagement bei (Unter-)Auftragnehmern, um die Herrschaft des Gesetzes wiederherzustellen.
- Umsetzung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht.

AN REGIERUNGEN IN PRODUKTIONSLÄNDERN:

- Durchsetzung der eigenen Gesetze.
- Festlegung der Mindestlöhne entsprechend den realen Lebenshaltungskosten.
- Installierung eines Systems kostenloser Rechtsberatung dort, wo die Bekleidungs- und Schuhindustrie konzentriert ist.

AN DIE EU:

- Entwicklung einer Mindestlohnpolitik entsprechend der Europäischen Sozialcharta und internationaler Menschenrechtsnormen.
- Beenden der Praxis, restriktive Lohnpolitiken zu Bedingungen der Kreditvergabe durch die Troika zu machen.
- Assoziierungs-, Handelsabkommen sowie EuropeAID-Zuschüsse nur dann gewähren, wenn die Einhaltung von Menschen- und Arbeitsrechten nachgeprüft wird.

EUROPAS SWEATSHOPS

Clean
Clothes
Campaign

PAY A LIVING WAGE

Methodologie

Für diese Zusammenfassung wurden ausführliche Studien einschließlich Feldstudien in Serbien, Ungarn und der Ukraine ausgewertet. Darüber hinaus wurden Daten aller anderen in Europa untersuchten Länder aktualisiert. Für jedes Land erfolgte dies auf der Basis der Recherchen der Partner im betreffenden Land.

In Ungarn wurden die Feldstudien zu drei Fabriken im Juni/Juli 2016 (30 ArbeiterInnen-Interviews außerhalb der Fabrik) durchgeführt, in der Ukraine im Februar/März 2017 zu 4 Fabriken (35 ArbeiterInnen-Interviews), in Serbien zwischen Juni und September 2017 ebenfalls zu 4 Produktionsstätten (48 ArbeiterInnen-Interviews). "Außerhalb der Fabrik" bedeutet, dass Beschäftigte an einem Platz, wo ihre Anonymität und ihr Schutz gewährleistet sind, befragt wurden. In allen Ländern war es für die ForscherInnen extrem schwierig, Beschäftigte zu finden, die bereit waren interviewt zu werden. Die ArbeiterInnen sind in der Regel verängstigt und eingeschüchtert.

Alle Daten basieren auf den Länderdossiers, die hier zu finden sind: http://lohnzumleben.de/laenderdossiers_ost/

AutorInnen der zusammenfassenden Regional-Präsentation: Bettina Musiolek, David Hachfeld

AutorInnen der Länderdossiers: Bojana Tamindžija, Stefan Aleksić, Oksana Dutchak, Artem Chapeye, Bettina Musiolek, Olívia Béládi, Emese Gulyás

Die hier wiedergegebenen Zitate stammen nicht von den Personen, die auf den Fotos zu sehen sind. Darüber hinaus stehen diese Personen in keinem Zusammenhang mit den Menschen, die wir im Zuge unserer Forschungen befragt haben.

EUROPAS SWEATSHOPS

Clean
Clothes
Campaign

PAY A
LIVING
WAGE

Kontakte und weitere Informationen

Bojana Tamindžija (Serbien)

bojana.tamindzija@gmail.com

Oksana Dutchak (Ukraine)

ok.dutchak@gmail.com

Emese Gulyás (Ungarn)

tve@tve.hu

Bettina Musiolek (Regionalkoordinatorin)

Bettina.musiolek@einewelt-sachsen.de

Weitere Informationen:

cleanclothes.org/livingwage/europe

<http://lohnzumleben.de/reportage/>

Dank an: Karin Hutter (Grafik) und Yevgenia Belorusets
(Fotos – außer auf der letzten Folie)



EUROPAS SWEATSHOPS

Clean
Clothes
Campaign

PAY A
LIVING
WAGE