

Rundbrief 33/2009

SÜDWIND Aktuell Nr. 07/2009 • Monat November 2009 • Erscheinungsort Wien • Verlagspostamt 1080 Wien • ZulNr.: 02Z031329M • P.b.b.

kampagne für faire arbeitsbedingungen weltweit

Lidl

Mehr Verantwortung bitte!

**Auf Spurensuche
Reise nach Indien
und Bangladesch**

**Ethische Mode
Von Linz nach Paris**





**Liebe Leserin,
lieber Leser**

■ Im Umfeld des **Welttages der menschenwürdigen Arbeit** am 7. Oktober fanden weltweit Aktionen mit entsprechenden Forderungen statt – parallel dazu wurde auch die Asia Floor Wage-Initiative, die für die flächen-deckende Einführung eines existenzsichernden Mindestlohnes in der Textil- und Bekleidungsindustrie in ganz Asien kämpft, offiziell der Öffentlichkeit vorgestellt. Rund um diesen Tag drehte sich auch in Österreich ein manchmal atemberaubendes Karussell von Besuchen aus dem Süden.

Ziel der Veranstaltungen mit Gästen aus dem Süden ist es, einer interessierten Öffentlichkeit **authentische Informationen** über die Arbeitsbedingungen in Bangladesch oder El Salvador, Indien oder Honduras usw. vorzustellen. Daneben versuchen wir durch eine intensive Medienarbeit unser Anliegen einer breiten Öffentlichkeit näher zu bringen: über Presseaussendungen, Pressekonferenzen und gezielte Kontakte mit Journalistinnen und Journalisten gelingt es uns, **viele Zigtausende Menschen** anzusprechen. Ende September kamen anlässlich eines großen Seminars im Rahmen des *EU-China Civil Society Forums* mehrere MitarbeiterInnen zivilgesellschaftlicher Organisationen aus **China** nach Wien und berichteten über Arbeitsbedingungen und arbeitsrechtliche Aspekte in ihrer Heimat, Anfang Oktober reiste die Gewerkschaftsaktivistin und –forscherin Saleena Pookunju aus **Indien** durch Österreich, im November kamen die Arbeitsrechtsexpertin Yadira Rodríguez und die ehemalige Näherin Iris Oneyda Henríquez aus **Honduras** auf Besuch und erzählten bei Veranstaltungen über die Arbeitsbedingungen in dem mittelamerikanischen Staat und auch über die aktuelle politische Situation. Alle diese Besuche fanden auch in den österreichischen Medien ihren Widerhall, und mit der **Lidl-Aktion** vom 7. Oktober in Wien, Linz, Graz und Innsbruck erreichten wir ein Medienecho, das wir uns vorher nicht einmal erträumt hatten!

Eine weitere Ebene unserer Öffentlichkeitsarbeit ist dieser **Rundbrief**, der bereits in einer Auflage von 16.000 Exemplaren erscheint, und das **Internet**, also unsere Homepage, mit der wir mit vielen Tausenden NutzerInnen in Kontakt treten und sie informieren sowie zu Aktionen aufrufen. Gegenwärtig zum Beispiel die Lidl-Aktion, der Versand elektronischer Postkarten an den Discounter-Riesen Lidl, mit der wir den **Konzern aufrufen**, seine soziale Verantwortung gegenüber den Arbeiterinnen und Arbeitern, die dem Unternehmen jährlich satte Gewinne einbringen und dennoch nicht genug für eine menschenwürdige Existenz verdienen, wahrzunehmen. Sie können aber auch die diesem Rundbrief beiliegende Karte an Lidl verwenden.

Mit herzlichen Grüßen

Werner Hörtner, Redakteur des Rundbriefs



Coverphoto: ishopfair/Markus Seperer

INHALT

Lidl lohnt sich nicht

Im Rahmen einer internationalen Aktionswoche für menschenwürdige Arbeitsbedingungen organisierte die CCK in einem Dutzend europäischer Länder Protestaktionen gegen den Discounter Lidl. 3

Ethische Mode I: WearFair09 in Linz

Die oberösterreichische Landeshauptstadt entwickelt sich zum Zentrum der Fairen Mode in Österreich..... 5

Ethische Mode II: Ethical Fashion Show in Paris

Die große Pariser Messe bekräftigte die Erfahrung, dass ethische Mode alles andere als verstaubt und langweilig ist..... 6

Kein Triumph für Lügen!

Der renommierte Dessous-Hersteller hat Probleme mit Gewerkschaften. Ganz „zufällig“ entlassen Triumph-Zulieferer in Thailand und Bangladesch, wo es gewerkschaftliche Organisationen gibt, Tausende ArbeiterInnen. 7

Arbeitskonflikt gelöst

Desa, ein türkischer Zulieferbetrieb von Prada, unterzeichnete nach einjährigem Arbeitskonflikt eine Vereinbarung mit der Gewerkschaft Deri Is. 7

AktivistInnen I

Zum Auftakt des Netzwerkes Ethischer Konsum wurde bei einem Seminar Know-how in Aktionsgestaltung und Diskussionsführung vermittelt. 8

AktivistInnen II

Bei einem Treffen in Lodz in Polen tauschten AktivistInnen aus Deutschland, Österreich und Polen Erfahrungen und Wissen aus. 8

Fair ist in

Zwei kleine Publikationen zur fairen Mode sind eben erschienen, und das Thema soziale und ökologische Verantwortung wurde in den neuen Lehrplänen der österreichischen Modeschulen verankert. 9

Ein ärgerliches Ende

Der Diskussionsprozess über den Fall des österreichischen Segelherstellers North Sails im Rahmen des Nationalen Kontaktpunkts wird nach drei Jahren ergebnislos begraben. 9

CCK-Trägerorganisationen

Der Verein „Frauensolidarität“ engagiert sich für eine Welt frei von Sexismus und Rassismus – und hat einen neuen Jahreskalender herausgebracht..... 10

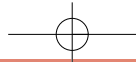
Auf Spurensuche

Ein CCK-Team bereiste Indien und Bangladesch, um sich ein persönliches Bild von den vorherrschenden Arbeitsbedingungen zu machen. Ein Tagebuch-Bericht..... 11

Saubere Sachen

Besprechung eines neuen Buches über ethische Mode – und den ökologischen Etikettenschwindel..... 12

**Aktuelle Infos und Up-dates:
www.CLEANCLOTHES.at**



© shopfair/Markus Seperer

Internationale Aktionswoche

Lidl lohnt sich nicht –

- zumindest nicht für die Tausenden von ArbeiterInnen in den Zulieferbetrieben und Verkaufsstätten von Lidl und anderen Discounter-Riesen weltweit. In der zweiten Oktoberwoche machte die Clean Clothes Kampagne in ganz Europa auf die vorherrschenden Missstände aufmerksam – auch in mehreren österreichischen Städten.

■ In der vorletzten Ausgabe unseres Rundbriefs (Nr.31) berichteten wir ausführlich über die *Asia Floor Wage-Initiative* (AFW) und über die weltweite Forderung nach existenzsichernden Löhnen. AFW ist eine internationale Kampagne zur flächendeckenden Einführung eines existenzsichernden Mindestlohns in der Textil- und Bekleidungsindustrie in Asien, an der sich Gewerkschaften, NGOs und zivilgesellschaftliche Bewegungen wie die Clean Clothes Kampagne beteiligen.

Offizieller Startschuss zu Asia Floor Wage

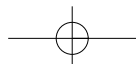
Nach einer mehr als zweijährigen Vorbereitungsphase wurde diese Initiative am 7. Oktober, dem Welttag für menschenwürdige Arbeit, in der indischen Hauptstadt Neu Delhi offiziell gestartet. In der Woche vom 5.

bis zum 11. Oktober haben AktivistInnen von Menschenrechtsbewegungen in der ganzen Welt mit öffentlichkeitswirksamen Aktionen auf die Forderung nach existenzsichernden Löhnen in der Bekleidungsbranche aufmerksam gemacht.

Mit diesen Aktionen zielen die CCK und ihre Partnerorganisationen darauf ab, die großen Player in der Bekleidungsindustrie auf ihre Verantwortung für die soziale Sicherheit der Beschäftigten in der gesamten Zuliefererkette hinzuweisen. Trotz langen Arbeitstagen und häufigen Überstunden leben die ArbeiterInnen unter menschenunwürdigen Umständen, zusammengepfercht in kleinen Unterkünften, ohne sauberes Trinkwasser, mit schlechter Verpflegung. Ihr Lohn reicht einfach nicht aus für bessere Lebensbedingungen, daher die

Forderung nach existenzsichernden Löhnen, d.h. Gehältern, die nicht nur das nackte Überleben sichern, sondern auch Ausgaben für Gesundheit, Bildung und Kultur sicherstellen.

Lidl-Aktion in Wien am 7. Oktober unter dem Motto „KonsumentInnen waschen Lidl den Kopf“



Das Preisdiktat der Marktriesen

Lidl ist der zweitgrößte Discounter in Deutschland und europaweit mit 8000 Filialen präsent, mit denen der Konzern im vergangenen Jahr einen Umsatz von 59 Milliarden Euro erzielte – fast das Eineinhalbfache des gesamten Bruttoinlandsprodukts von Bangladesch. In den Geschäften gibt es neben dem Angebot an Lebensmitteln Aktionsware wie Werkzeug, Haushaltsmittel und Textilien. Auf letztere entfällt im Jahr ein Umsatz von über einer Milliarde Euro.



© Ishopfair/Markus Seperer

Rund um den 7. Oktober, den Welttag für menschenwürdige Arbeit, demonstrieren ArbeiterInnen, besorgte KonsumentInnen und AktivistInnen zivilgesellschaftlicher Bewegungen weltweit für die Einführung von existenzsichernden Löhnen.

Um den Kunden und Kundinnen bei uns billige Preise anzubieten, übt das Unternehmen starken Druck auf die Bekleidungshersteller in Asien und Osteuropa aus. Um die Aufträge zu bekommen, müssen diese Niedrigstpreise und andere nachteilige Bedingungen akzeptieren, wie kurzfristige Liefertermine und rasche Produktionszeiten. Die Zulieferbetriebe geben den Druck an ihre Beschäftigten weiter, was zu den hinlänglich bekannten Missständen in der gesamten Produktionskette führt. Um den ArbeiterInnen ein menschenwürdiges, existenzsicherndes Auskommen zu garantieren, hat nun die Asia Floor Wage-Kampagne ihre kontinentale Initiative begonnen.

Wo bleibt die Unternehmensverantwortung?

Obwohl im Prinzip alle großen Handelsketten und Marken mit

verantwortlich sind für die Bezahlung existenzsichernder Löhne in Bangladesch oder El Salvador oder Vietnam, hat man sich in der Öffentlichkeitsarbeit auf einige Konzerne konzentriert, und zwar bei den Ketten auf Walmart (USA), Tesco (GB) und Carrefour (Frankreich) sowie auf die großen deutschen Discounter Aldi und Lidl. „Unternehmen wie Carrefour, Aldi und Lidl dürfen nicht länger die katastrophalen Arbeitsbedingungen ignorieren, unter denen ihre Produkte hergestellt werden“, erklärte Jeroen Merk, Mitarbeiter des Internationalen Sekretariats der Clean Clothes Kampagne in Amsterdam. „Das AFW-Bündnis vereint Gewerkschaften und NGOs in Asien und weltweit rund um die Forderung nach einem existenzsichernden Lohn. Es ist eine kräftige Antwort auf die Unternehmenspraxis, die Löhne auf einem Armutsniveau zu halten und die Arbeiterinnen und Arbeiter gegeneinander auszuspielen.“

Kopfwäsche für Lidl-Manager

In Österreich organisierte die Clean Clothes Kampagne am 7. Oktober zusammen mit „I shop fair“, dem KonsumentInnen-Netzwerk von Südwind, Aktionen in Wien, Linz, Graz und Innsbruck. AktivistInnen verteilten im Rahmen von Straßenaktionen Postkarten mit dem Slogan „Ein Einkauf bei Lidl kann so ziemlich alles sein. Außer fair!“ In Wien wurde dem Discounter buchstäblich „der Kopf gewaschen“. AktivistInnen der CCK und befreundeter Organisationen versammelten sich, als KonsumentInnen, Lidl-Manager und Arbeiterinnen verkleidet, vor einer Lidl-Filiale im 17. Bezirk. In einer Aktion des spontanen Widerstands gegen die unmenschlichen Arbeitsbedingungen in der Produktionskette und auch den Verkaufsstätten von Lidl näherten sich KonsumentInnen den auf gemütlichen Stühlen sitzenden ManagerInnen und schütteten mit voller Wucht Kübel voll

Wasser über sie aus, um ihnen den Kopf zu waschen.

Die CCK-Aktionen vom 7. Oktober in Österreich riefen ein noch nie erlebtes Medienecho hervor. Wobei der deutsche Discounter unfreiwillig eine wichtige Rolle spielte. Lidl reagierte nämlich binnen weniger Stunden per Pressemitteilung auf die Protestaktionen, was dann erst recht die Neugierde der Medien erweckte. So gut wie alle landesweiten und viele regionale und lokale Zeitungen berichteten ausführlich von den Aktionen und gaben die CCK-Position wieder. „NGO Südwind protestiert gegen Arbeitsbedingungen bei Lidl“, titelte „Der Standard“ in seiner Online-Ausgabe vom 7. Oktober, „Proteste gegen Arbeitsbedingungen bei Lidl-Zulieferern“ die „Presse“ und präsentierte sogar eine Fotogalerie der Protestaktionen. Der ORF-Online-Dienst brachte eine ausführliche Dokumentation zum Thema Lidl, Discounter und Arbeitsbedingungen.

Lidl wehrt sich

In seiner Presseaussendung teilte der deutsche Discounter mit, dass „die Anliegen der Clean Clothes Kampagne sehr ernst genommen“ würden. „Wir sind uns der Verantwortung bei der nachhaltigen Verbesserung von Arbeitsbedingungen bewusst und nehmen diese als global agierendes Unternehmen auch wahr – in der Lieferkette und im Umgang mit unseren Lieferanten und Produzenten“, meinte der Vorsitzende der Geschäftsleitung Lidl Austria, Hanno Rieger.

Lidl habe einen Verhaltenskodex für Lieferantenbeziehungen entwickelt, zu dessen Einhaltung sich alle Lieferanten verpflichten, und sei 2006 der in Brüssel angesiedelten „Non Profit“-Organisation *Business Social Compliance Initiative* (BSCI) beigetreten, so der Konzern. Es handelt sich dabei um eine reine Unternehmensinitiative, ins Leben gerufen vom Europäischen Außenhandelsverband und mit



© Ishopfair/Markus Seperer

Den Managern soll das Lachen vergehen!

EU-Mitteln gefördert. Die von der BSCI vertretenen Standards werden von der CCK jedoch als viel zu niedrig erachtet, außerdem ist der Kodex für die Mitglieder nicht verpflichtend, sondern wird nur als Anspruch formuliert.

Wir besuchen Lidl

„Nur unabhängige Kontrollen in Zusammenarbeit mit Gewerkschaften und NGOs in den Pro-

duktionsländern stellen wirklich faire Arbeitsbedingungen sicher“, bringt es Michaela Königshofer, Koordinatorin der österreichischen CCK, auf den Punkt.

Für Anfang Dezember ist die Übergabe der bis dahin gesammelten Protestkarten am Sitz von Lidl Österreich in Salzburg geplant. Bis jetzt sind es bereits an die 1.200 Karten in Papierversion, die bei uns eingelangt

sind, und an die 500 elektronische Karten, die direkt an den Konzern geschickt wurden. ■

Sie könnten also rasch noch eine elektronische Karte unter www.cleanclothes.at abschicken oder die beiliegende Karte postalisch versenden, um unseren Protest und unseren Wunsch nach einem fairen Einkauf ausdrücken!

Ethische Mode I

WearFair09 in Linz

Vom 9. bis 13. September wurde Linz zum zweiten Mal um ein Highlight der modischen Extraklasse bereichert.

■ Nach dem erfolgreichen Auftakt im letzten Jahr wurde die Messe heuer von den Initiatoren Südwind OÖ und Klimabündnis OÖ gemeinsam veranstaltet. Sie versprühte an diesem verlängerten Wochenende ein internationales Flair und hatte sowohl für heimische als auch für internationale ModeschöpferInnen, aber vor allem für die zahlreichen sozial und ökologisch bewussten BesucherInnen viel zu bieten.

Das Zielpublikum der Messe waren nicht ausschließlich KonsumentInnen. Vor allem für junge DesignerInnen sollte es einen

motivierenden Ansporn darstellen, sich mit dem attraktiven Thema faire Mode zu beschäftigen.

Vom Jute-Sack zur fairen Mode

Über fünfzig AusstellerInnen aus aller Welt bewiesen auf insgesamt drei Ebenen, dass das Klischee von verstaubter Öko-Mode und Jute-Säcken längst passé ist. Bei der Angebotsvielfalt fand sich alles, was das Shoppingherz mit gutem Gewissen begehrt.

Die überwiegende Mehrheit der AusstellerInnen erfüllte gleich mehrere der vorgegebenen Kriterien (sozial gerecht,

ökologisch verträglich, regional oder Verwendung von Recyclingmaterialien). Positiv fiel auch die Breite des Angebotspektrums auf. Neben Damenmode lockte die witzig verspielte Welt fair produzierter Kinderbekleidung oder die bodenständige Sphäre sozio-ökologisch



© WearFair09

Von schick oder légère, schlicht oder ausgeflippt bis bunt – wie beispielsweise die neue Kollektion des Wiener Designerkollektivs *Göttin des Glücks* mit dem Motto „Freude knallt“ – war in Linz die vielfältige Welt der alternativen Bekleidung vertreten.

verträglichen Schuhwerks. Auch Kosmetikprodukte, Sitzmöbel oder innovativer Schmuck aus PC-Schrott des Sozialprojekts *Trashdesign Manufaktur* konnten bestaunt und gekauft werden.

Öko UND sozial

Das umfassende Rahmenprogramm rollte die Thematik ethische Mode facettenreich auf. Etwa die Faire Mode-Schau mit Ex-Miss Austria Sabine Lindorfer und SchauspielerInnen des

Stoffen sowie Färben boten einerseits Informationen und andererseits genügend Diskussionsraum für Erfahrungsaustausch und neue Ideen.

Einer der Höhepunkte war die karitative Aktion „Pimp my Shirt“ der *Stylewerkstatt*. Alte bzw. eigene T-Shirts konnten zur Kreativstation gebracht werden, wo sie für 10 € individuell je nach Mode-Mut-Faktor leicht, mittel bis extrem aufgemotzt wurden.

Die Podiumsdiskussion war



© WearFair09

Phönix Theaters Linz. Die Fachforen zu den Themen Gütesiegel und Labels, Textilfasern und

ein weiteres Highlight des gelungenen Zusammenkommens unterschiedlicher AkteurInnen

Ethische Mode II

Arbeitsbesuch in Paris

Ein CCK-Team besuchte Anfang Oktober die Ethical Fashion Show in Paris, um sich von den aktuellen Entwicklungen im Bereich ethischer Mode ein Bild zu machen.

■ Rund 100 Labels und DesignerInnen aus insgesamt über 20 Nationen präsentierten im historischen „Tapis Rouge“ (roter Teppich) im Zentrum von Paris ihre Kollektionen. Von Australien über Madagaskar bis Kanada waren Modelabels präsent, wobei eine auffallend große Anzahl der AusstellerInnen aus Frankreich stammten. Gleichzeitig vermisste man die teil-

weise bereits sehr etablierte „Konkurrenz“ aus dem Nachbarland Deutschland.

Nicht nur trendy

Erklärtes Ziel der VeranstalterInnen war zu zeigen, dass ethische Mode nicht nur trendy ist, sondern auch ökologischen und sozialen Nutzen stiften kann. Interessantes Nebenziel: Vor allem gegenüber AusstellerInnen aus so genannten Entwicklungsländern wollte man sich öffnen, um von deren dynamischen Kulturen zu lernen, so die VeranstalterInnen. Mit der Ethical Fashion Show wollte man den Beweis antreten, dass ethische



© WearFair09

aus der Zivilgesellschaft, aus Wirtschaft und Politik. Brigitte Puttkammer, Miteigentümerin von *glore* (München), traf den Nagel auf den Kopf, als sie beteuerte, dass in ihrem Geschäft nur ökologisch sowie sozial korrekt produzierte Kleidung angeboten wird, denn das Eine funktioniert ohne das Andere nicht.

Die Ansage des oberösterreichischen Landesrats für KonsumentInnenenschutz Rudi Anschöber, dass die Politik bei öffentlicher Beschaffung von Textilien und Bekleidung in Hinblick auf öko-soziale Produktion aktiver werden müsse, ließ aufhorchen. Sein Wort in der Verantwortlichen Ohr. Und freuen wir uns auf die WearFair10! ■

Nicole Kornherr

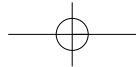
Weitere Infos auf www.wearfair.at

Mode bereits zu einem sozialen Phänomen geworden ist und insofern die Nachfrage danach immer stärker steigt.

Zweifellosoptisches Highlight – neben dem Gebäude – war die Modeschau. Auf zwei Ebenen wurde die „ethical fashion“ auf den Stufen des Tapis Rouge in Form einer fulminanten und perfekt choreografierten Tanzperformance präsentiert – ein weiterer Beweis für das kreative Potential der Branche.

Fazit des Besuchs: Ethische Mode ist alles andere als verstaubt und langweilig. Kreative Köpfe aus der ganzen Welt haben dies in Paris eindrücklich gezeigt. Mit gutem Gewissen gut gekleidet sein ist also möglich! ■

Johannes Heiml, Südwind OÖ



Arbeitskonflikt Desa

Frisch unterschriebener Sieg

Gute Nachrichten kommen aus der Türkei. Nach einer einjährigen Kampagne hat der türkische Zulieferbetrieb u.a. für Prada mit der Gewerkschaft Deri Is eine Vereinbarung unterschrieben. Wichtig ist nun, dass diese tatsächlich eingehalten wird.

■ Der türkische Prada-Zulieferbetrieb Desa ging massiv gegen die gewerkschaftliche Organisation vor und bedrohte GewerkschafterInnen immer wieder (siehe CCK-Rundbrief 31). Dank starker internationaler Solidarität konnte nun eine Vereinbarung zwischen dem Prada-Zulieferer Desa und der Gewerkschaft Deri Is getroffen werden. Diese beinhaltet vor allem eine gute Betriebsführung der Desa-Fabrik inklusive verbesserter

Arbeitsbedingungen. Desa erkennt Deri Is als einzige genehmigte Gewerkschaft in der Fabrik an, wird die ArbeiterInnen bezüglich der Gewerkschaft in keiner Hinsicht beeinflussen, stellt fünf entlassene ArbeiterInnen sofort wieder ein, eine weitere etwas später, zusätzlich zu den bereits sechs früher eingestellten ArbeiterInnen. Andere Entlassene werden bevorzugt behandelt, sollte es erneute Jobangebote geben. Außerdem er-

halten alle ArbeiterInnen ein Dokument, dass Gewerkschaftstätigkeit ein in der Verfassung verankertes Recht ist.

Deri Is hat hingegen eingewilligt, die internationale Kampagne zu beenden und die Fabrik darin zu unterstützen, ihren guten Ruf und ihre Kunden wiederzuerlangen. Die CCK steht in engem Kontakt mit der türkischen Gewerkschaft, um die Durchführung des Abkommens zu beobachten. ■

Ein großes Danke an die UnterstützerInnen dieses Urgent Action-Falls!

Arbeitskonflikt Triumph

Kein Triumph für Lügen!

Mit Unterhosen zum Erfolg: Die von Triumph in Thailand entlassenen ArbeiterInnen errichteten in der Hauptstadt ein Protestcamp und tun dort das, was sie am besten können: Nähen.

■ Ende August entließen thailändische und philippinische Zulieferbetriebe des Dessous-Herstellers Triumph 3.660 ArbeiterInnen – vor allem in Betrieben mit

Die Tatsache, dass das Management weder im Falle von Thailand noch im Falle der Philippinen vor den geplanten Personalmaßnahmen mit den Gewerkschaften verhandelt hat, verstößt gegen die Konvention 158 der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) sowie gegen die Richtlinien für Multinationale Unternehmen der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD).

Vorwand Rezession

Auf ihre letzten Löhne und die gesetzlich verpflichtende Kompensationszahlung warten die ArbeiterInnen bisher vergeblich. Vor allem die thailändischen entlassenen Arbeiterinnen waren in die Streiks von 2008 massiv involviert (siehe CCK Rundbrief 30).

Triumph International führt den massiven Personalabbau auf



© Sidwind

die Rezession zurück. Allerdings baut das Unternehmen die Produktion in einer Fabrik in der Provinz Nakorn-Sawan in Thailand aus. Dort sollen insgesamt rund 2000 ArbeiterInnen beschäftigt werden, aktuell sind bereits etwa 1000 Personen tätig. Diese Fabrik hat keine gewerkschaftliche Vertretung.

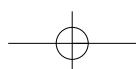
Die Gewerkschaften in Thailand (TITLU) und den Philippinen (BPMTI) haben sich nun verbündet und wollen gemeinsam bei Triumph International ihre Rechte einfordern – mit Unterstützung von der Clean Clothes Kampagne, der Thai Labour Campaign, dem Asian Monitor Resource Centre und dem Committee for Asian Women. ■



© Sidwind

Gewerkschaften! Der Schweizer Dessous-Produzent Triumph gibt an, dass die Entlassungen auf die weltweite Wirtschaftskrise zurückzuführen sind. Auffällig daran: Triumph nimmt Entlassungen hauptsächlich in gewerkschaftlich gut organisierten Fabriken vor. Die Clean Clothes Kampagne geht davon aus, dass die Triumph-Zulieferer gezielt gegen Gewerkschaften vorgehen.

In ihrem Protestcamp haben die Frauen nun begonnen, Decken und so genannte Protestunterhosen zu nähen, die an UnterstützerInnen und PassantInnen verkauft werden.



AktivistInnen I

Südwind Academy

Die erste „Südwind Academy“ zum Auftakt des Netzwerkes Ethischer Konsum „I shop fair“ war erfolgreich und nachhaltig

■ Was man aus altem Zeitungspapier so alles machen kann ... einen Hut, eine Brille oder gar ein Brautkleid! Es klingt auf jeden Fall nach jeder Menge Spaß. Den hatten die TeilnehmerInnen der Südwind Academy im kleinen Ort Wesenufer an der Donau in Oberösterreich Anfang September 2009 bestimmt. Aus fast jedem Bundesland kamen Interessierte zum Auftakt des neu gegründeten Netzwerkes für

Ethischen Konsum. Dieses fordert die Einhaltung arbeitsrechtlicher und sozialer Standards in Produktionsbereichen wie Bekleidung, IT, Blumen oder Spielzeug.

Es bildete sich eine starke Gemeinschaft heraus. Hilfreich dabei waren gruppenspezifische Spiele, aber auch das konkrete Planen von Aktionen zur Verbesserung der Situation für ArbeiterInnen in den Betrieben, die für Lidl Bekleidung herstellen. Einige der hier entwickelten Aktionsideen wurden schlussendlich konkret am Tag der menschenwürdigen Arbeit, am 7. Oktober, in Graz, Linz, Innsbruck und Wien realisiert.

Alle TeilnehmerInnen konnten auf persönlicher sowie fachlicher Ebene von der Academy profitieren. Aktionsmanagement oder Diskussionsführung wurden geübt, Informationen zur Clean Clothes Kampagne und Berichte über Produktions- und Handelsbedingungen in der Bekleidungsbranche verteilt. Interessant waren vor allem auch die persönlichen Erfahrungen und



© Südwind

die Bildreportage von Philip Doyle (Projektleiter Netzwerk Ethischer Konsum) und Michaela Königshofer (Kordinatorin der Clean Clothes Kampagne), die sich in Indien und Bangladesch ein Bild von der Situation machen konnten.

Die optimale Einbindung der TeilnehmerInnen in einen gemeinsamen dynamischen Entwicklungsprozess machte aus der Idee eines Netzwerkes eine lebendige, kommunikative und produktive Plattform. So bleiben auch nach der Academy die Kontakte aufrecht, es finden regelmäßige regionale Treffen statt, und nach der erfolgreichen Lidl-Aktion wird es weitere Aktionen zum Thema „Ethischer Konsum“ geben. ■

Ulrike Schüller, Aktivistin Tirol

Weitere Infos unter www.ishopfair.net

AktivistInnen-Training an der Donau



© Südwind

AktivistInnen II

Internationales Treffen in Polen

In der dritten Oktoberwoche fanden sich AktivistInnen der Clean Clothes Kampagne aus Deutschland, Österreich und Polen in Lodz zusammen, um Wissen und Erfahrungen auszutauschen und zu erweitern.

■ Unter dem Titel „Made by Women“ befassten sich die TeilnehmerInnen und ReferentInnen an einem Wochenende speziell mit den Arbeitsbedingungen von Frauen in der Textilindustrie. Neben den auf Englisch gehaltenen Vorträgen gab es auch die Möglichkeit, selbst aktiv zum Thema tätig zu werden. Es wurde in Gruppen diskutiert, um in Erfahrung zu bringen, welche Bedingungen den Alltag

der weltweit in den Textilfabriken arbeitenden Frauen zusätzlich erschweren.

Ein spezielles Interesse galt den regionalen Problemen, also den Arbeitsbedingungen in Lodz, der drittgrößten Stadt Polens, die durch die einstige zentrale Rolle der Textilindustrie vor allem eine Stadt der Arbeiterinnen und Arbeiter ist. Neben einem Vortrag über die Entwicklung der Textilindustrie in

Lodz von der Soziologieprofessorin Iza Desperak bekamen wir auch Informationen von einer Gewerkschafterin, die über die derzeitigen Arbeitsbedingungen in Polens Bekleidungsfabriken berichtete, wo die ArbeiterInnen im Durchschnitt umgerechnet 200 € netto verdienen. Ein weiteres Augenmerk wurde auf die Arbeitsbedingungen in der Outdoor-Branche gelegt. Es kamen einige interessante Ideen ins Gespräch, an deren Verwirklichung wir weiterarbeiten wollen. ■

Benjamin Softic, Südwind OÖ

Mode und Ethik

Fair ist in

Zwei neue Publikationen zum Thema sind eben erschienen.

■ Seit September ist das Magazin für ModestudentInnen „Mode mit Zukunft“ erhältlich. Unter dem Motto „SchülerInnen und StudentInnen entwerfen für eine ethische Modebranche“ werden Tipps, Infos und Praxisbeispiele rund um ethische Mode vorgestellt. Das Magazin kann in Klassenstärke für Modeschulen bestellt werden.

Darüber hinaus wurde ein Handbuch für LehrerInnen „Nachhaltige Mode“ fertig gestellt. Das Handbuch beinhaltet eine Sammlung an didaktischem Material, Lerneinheiten und Unterrichtsvorschlägen von Lehrenden und PädagogInnen aus dem Bereich Mode rund um den Erdball. Die unterschiedlichen Aspekte von sozialer Ver-

antwortung in der Bekleidungsindustrie sind in über 30 Beiträgen in fünf Kapiteln verpackt: Design, Business, Marketing, fächerübergreifende Methoden, interaktive Methoden und institutionelle Methoden. Das Handbuch ist in digitaler Form auch auf Englisch erhältlich.

Beide Publikationen können Sie gratis auf unserer Homepage www.mode.cleanclothes.at abrufen.

Lehrplananpassung

Mit dem Schuljahr 2009/10 wurden zentrale Themen der sozialen und ökologischen Verantwortung als wichtige Bestandteile in den Lehrplänen österreichischer Modeschulen verankert. Das Team des Projekts „Mein Design. Meine Verantwortung.“ konnte sich erfolgreich in den Prozess der Novellierung der Lehrpläne für die „Höhere Lehranstalt für Mode und Bekleidungstechnik“ und die „Fachschule für Mode und Bekleidungstechnik“ einbrin-



© CCK

gen: Corporate Social Responsibility (CSR), Fairer Handel, ökologische Produktion von Naturfasern sowie Arbeitsbedingungen in der globalisierten Bekleidungsindustrie sind nur einige der Inhalte, die Österreichs zukünftige Fachleute auf dem Weg zu einer sozial und ökologisch nachhaltigen und ethischen Bekleidungsindustrie begleiten. ■

North Sails

Ein ärgerliches Ende

Bereits im Jahre 2002 wurde die CCK aktiv, als ein Zulieferbetrieb des oberösterreichischen Segelproduzenten North Sails in Sri Lanka 207 ArbeiterInnen illegal entließ.

■ Nachdem der Betrieb sich weigerte, seine Pflichten wahrzunehmen, wurde 2006 eine Beschwerde beim österreichischen Nationalen Kontaktpunkt der OECD eingereicht, da die Entlassungen aus Sicht der Gewerkschaft eindeutig einen Verstoß gegen die „OECD-Leitsätze für Multinationale Unternehmen“ darstellten. Diese Leitsätze sind das derzeit am weitesten gehende internationale Instrument zur Förderung globaler Unternehmensverantwortung – so heißt es zumindest.

Drei Jahre und viele Sitzungen, Debatten, Briefe und E-Mails später liegt nun die endgültige abschließende Erklärung

des Nationalen Kontaktpunkts vor. Kernaussage des Schreibens: „Der Kontaktpunkt enthält sich jedweder Aussage darüber, ob die behaupteten Verstöße tatsächlich stattgefunden haben.“

Die CCK bedauert diese Aussage sehr. Die Arbeiterkammer hat diesen Fall unter anderem zum Anlass genommen, Empfehlungen zu der Reform der OECD-Leitsätze zu formulieren, denen die CCK voll und ganz zustimmt. Die AK bringt folgende Hauptkritikpunkte an der Effizienz des österreichischen Nationalen Kontaktpunkts vor: Eine Verfahrensverschleppung von Beschwerden aufgrund der fehlenden Regelungen in Bezug



© BM/IT

auf Verfahrensdauer und -verlauf sowie die Berücksichtigung von parallelen (gerichtlichen) Verfahren; eine fehlende politische Unabhängigkeit, da die Nationale Kontaktstelle im Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend angesiedelt ist, was zu eklatanten Interessenkonflikten geführt hat; fehlende Ressourcen und Know how für ein effektives Mediationsverfahren im Sinne der technischen Verfahrensleitungen; ein unrealistischer Anspruch des Nationalen Kontaktpunktes auf Beweisführung. ■

Wir von der CCK wissen, dass nicht alle Probleme so schnell gelöst werden können, wie die ArbeiterInnen vor Ort und wir gerne hätten. Eine Sonderstellung nimmt jedoch der Fall rund um den österreichischen Segelproduzenten North Sails aus dem Jahre 2002 (!) ein.

Trägerorganisationen der CCK

Rechte zwischen Theorie und Praxis

„Frauensolidarität“ engagiert sich für eine Welt frei von Sexismus und Rassismus. Zentral für die Kampagnenarbeit ist die Schaffung geschlechtergerechter globaler Arbeitswelten; die Kontakte mit Partnerinnen aus dem globalen Süden sind die Basis dafür. Ihre Analysen und Berichte sind in der Zeitschrift „Frauensolidarität“ nachzulesen und in der Radiosendung Globale Dialoge zu hören. Kathrin Pelzer ist Projektkoordinatorin der Kampagne „Decent Work for all!“.

■ **CCK:** *Wie schätzt die FS die Clean Clothes Kampagne und ihre Arbeit ein?*

Kathrin Pelzer: Das Engagement der Frauensolidarität für genderechte Arbeitsbedingungen von Frauen spiegelt sich auch in der Gründung und Koordinierung der Anfänge der Clean Clothes Kampagne durch die Frauensolidarität wider. Die Arbeit der CCK ist wesentlich, um im internationalen Kontext auf Arbeitsrechtsverletzungen bei ArbeitnehmerInnen aufmerksam zu machen, internationale Solidarität zu schaffen und in einer globalisierten Arbeitswelt gemeinsam vorzugehen.

Kann die Arbeit der CCK überhaupt etwas dazu beitragen, die Riesen der Branche oder auch die namenlosen Labels dazu zu bringen, dass sie ihre Geschäfts-

praktiken ändern, humanisieren, sozialer gestalten?

Angesichts des immensen Kapitals und Einflusses, den multinationale Firmen auf die politische und arbeitsrechtliche Situation haben und des Drucks, den sie auf die ArbeitnehmerInnen ausüben, ist es wesentlich, dort anzusetzen, wo sie verletzlich sind: ihr Image. Die CCK blickt hinter dieses und schafft eine bewusste Öffentlichkeit, KonsumentInnen, die das System der Firmen hinterfragen und geänderte Produktionsbedingungen fordern. Neben der öffentlichen Sensibilisierung ist speziell auch die kontinuierliche Einforderung internationaler Regulierungen und Abkommen zur Einhaltung von Arbeitsrechten wesentlicher Bestandteil politischer Kampagnenarbeit.

Welche Erfahrungen hat die FS damit, bei Unternehmen und bei KonsumentInnen Verhaltensänderungen durchzusetzen?

In den letzten Jahren zeigt sich, dass über die jahrelange intensive Öffentlichkeits- und Informationsarbeit der Frauensolidarität gemeinsam mit anderen PartnerInnen eine wachsende Zahl von kritischen KonsumentInnen nicht länger Kleidung und Textilien, die durch die Verletzung internationalen Arbeitsrechts produziert wurden, dulden und Änderungen fordern. Beim Einkauf besteht für viele KonsumentInnen das Problem, dass die Verkaufs- und Marketingstrategien der Firmen gezielte Verwirrung über die Produk-



© Frauensolidarität

tionsbedingungen der Bekleidung schaffen und den Einkauf von Kleidungsstücken aus fairer Produktion verhindern. Speziell in diesem Bereich gilt es, weiterhin die Unternehmen auf die Wünsche ihrer KonsumentInnen hinzuweisen und die Forderungen der Arbeiterinnen einzubringen.

Der Abbau von Arbeitsrechten ist ein globales Problem, das ArbeitnehmerInnen im Norden wie im „globalen Süden“ betrifft und dadurch auch einen starken Zusammenhalt von Frauen/Konsumentinnen schafft.

Wie können deiner Meinung nach die FS und die CCK noch intensiver zusammenarbeiten?

Die Kooperation der CCK mit der Frauensolidarität ist eine intensive und gegenseitig unterstützende, in der die Frauensolidarität immer wieder ihre Expertise und die ihrer Partnerinnen aus dem globalen Süden einbringt. Gemeinsam werden wir weiterhin gegen Verletzungen wirtschaftlicher und sozialer Rechte auftreten und unsere PartnerInnen im globalen Süden unterstützen. ■

Weitere Infos auf www.frauensolidaritaet.org.

Kalender 2010 Frauen und ihre globalen Arbeitswelten

Fraueninitiativen aus aller Welt stellen sich und ihre Arbeit zu informeller Wirtschaft und menschenwürdiger Arbeit im Kalender der Frauensolidarität in Text und Bild vor. Sie zeigen die vielfältigen Möglichkeiten, sich im Kampf um Arbeitsrechte zu organisieren.

Der Kalender kann ab sofort unter kampagne@frauensolidaritaet.org oder telefonisch unter 01/317 4020 gegen eine Spende von 7 € bestellt werden.

Reisetagebuch

Auf Spurensuche

Die CCK-Koordinatorin Michaela Königshofer und Philip Doyle vom Netzwerk Ethischer Konsum besuchten im vergangenen Juli Indien und Bangladesch, um sich ein authentisches Bild von den Arbeitsbedingungen in der Textil- und Bekleidungsindustrie zu machen. Folgend ein persönlicher Bericht der beiden Reisenden.

■ **21.07.09:** In der Nacht ist das Clean Clothes-Team gut in Neu Delhi angekommen. Am Morgen sind wir gleich zur Partnerorganisation „Society for Labour and Development“ aufgebrochen.

In der nahe gelegenen Stadt Gurgoan, wohin wir nachmittags reisen, sind es hauptsächlich Männer, die in der Bekleidungsindustrie tätig sind, was eigentlich sehr untypisch ist.

22.07.: Wir schauen beim Arbeitskommissariat vorbei und machen uns einen Termin für den nächsten Tag aus. Im Büro der Society for Labour and Development interviewen wir William and Amie. Sie erzählen uns von der Asia Floor Wage-Kampagne.

23.07.: Früh am Morgen brechen wir auf, um Birendra auf dem Weg in die Arbeit zu begleiten. Er ist Präsident der Gewerkschaft „Manufacturing Workers Union“ (MWU) und arbeitet als Näher in einer Bekleidungsfabrik in Gurgoan. Zusammen mit drei Mitbewohnern lebt er in einem Zimmer von rund 9 m². Bevor sie zur Arbeit gehen, kochen sie Frühstück und Mittagessen, Naan (eine Art Fladenbrot) und Kartoffeln mit Zwiebel. Fleisch gibt es sehr selten, weil es zu teuer ist. Danach treffen wir den Arbeitsinspektor. Kommissariate wie diese sind zuständig für die Implementierung des Arbeitsrechts in Indien. Man erzählt uns, dass es der Traum eines jeden Inders wäre, für ein multinationales Unternehmen zu arbeiten.

24.07.: Wir besuchen das MWU-Büro und sprechen mit dem Präsidenten Birendra und

den MitarbeiterIn. Martin ist der Sekretär der Gewerkschaft und ist als einziger vollzeitbeschäftigt. Er wirbt neue Mitglieder an, verteilt Informationsbroschüren und hilft Arbeiterinnen



© Südwind

und Arbeitern, Beschwerden bei Gericht einzureichen.

25.07.: Das CCK-Team macht Sightseeing ...

26.07.: Zu Mittag findet sich das Team wieder im Büro der Gewerkschaft ein. Es ist Sonntag, und die Arbeiter und Arbeiterinnen haben ihren freien Tag – wenn sie nicht gerade Überstunden machen müssen. Im Lauf des Nachmittags kommen immer wieder ArbeiterInnen vorbei, um mit Gewerkschaftsvertretern und den immer sonntags anwesenden Rechtsberatern zu sprechen.

27.07.: Das Clean Clothes-Team reist weiter nach Dhaka, der Hauptstadt von Bangladesch.

28.07.: Am Vormittag besuchen wir die NGWF, die *Natio-*

nal Garment Workers Federation. Amin, der Präsident der Gewerkschaft, arbeitet schon seit langem mit der Clean Clothes Kampagne zusammen. Er stellt uns einige Funktionärinnen der Gewerkschaft vor. Viele davon arbeiten neben ihrer Tätigkeit in der Gewerkschaft auch als Näherin in der Fabrik. Sie erzählen uns, dass sie mit ihrem Lohn kaum ihr Auskommen finden und dass sie mindestens das Doppelte bräuchten.

29.07.: Schon um sieben Uhr in der Früh holt uns Amin von unserem Hotel ab, um ArbeiterInnen auf dem Weg in die Arbeit

zu treffen. Für die meisten beginnt die Arbeit um acht oder neun Uhr. In Bangladesch beträgt die Normalarbeitszeit acht Stunden am Tag, sechs Tage die Woche. Nach acht Stunden Arbeit sind gesetzlich noch zwei Überstunden erlaubt. Diese werden oft überschritten und sehr selten entsprechend bezahlt.

Anschließend besuchen wir eine Arbeitersiedlung. Die Häuser stehen auf Bambuspfeilern über dem mit Abfall bedeckten Wasser. Die Zimmer sind zwischen 6 und 9 m² groß. In jedem Raum leben 4 bis 5 Menschen. Eine Arbeiterin, die wir noch in ihrem Zimmer antreffen, erzählt uns, dass sie 1.100 Taka Miete bezahlt. Im Monat verdient sie in der Fabrik 2.200 Taka (ca. 21 €). ■

Ein einheimischer NGO-Mitarbeiter erzählt uns, dass die NäherInnen die beschäftigtensten Menschen von Bangladesch sind, sie aber nichts von der vielen Plackerei haben. Der Mindestlohn macht gerade einmal umgerechnet 17 € im Monat aus.

Spendenaufwurf

Ihre Unterstützung ist gefragt!

■ „Es hilft den Arbeitern und Arbeiterinnen und uns bei den Verhandlungen sehr, wenn sich Verbraucher und Konsumentinnen in Europa beschweren“, so Amirul Haque Amin von der National Garment Workers Federation (NGWF), eine der wichtigsten Gewerkschaften der Bekleidungsindustrie in Bangladesch, mit der die Clean Clothes Kampagne schon seit Jahren zusammenarbeitet. Auch die ArbeiterInnen, die wir auf unserer Recherche-Reise im Sommer dieses Jahres in Indien und Bangladesch getroffen haben, sind fest davon überzeugt, dass sich ihre Lage durch die vermehrte Unterstützung der KonsumentInnen im Westen verbessern wird. Wir können auch tatsächlich immer mehr Erfolge feststellen.

Aber es konnte noch nicht allen ArbeiterInnen zu ihrem Recht verholfen werden: Triumph kündigte heuer über 2.000 ArbeiterInnen in Thailand und geht gegen Kampfmaßnahmen und GewerkschafterInnen vor. Der Diskonter Lidl lässt in Bangladesch für Hungerlöhne produzieren. Die ArbeiterInnen müssen in Slums leben und haben oft Schwierigkeiten, sich genug zum Essen oder medizinische Versorgung leisten zu können. Wenn sie versuchen, sich gewerkschaftlich zu organisieren, droht die fristlose Entlassung.

Und die Outdoor-Firmen (wir berichteten im letzten Rundbrief) haben zwar auf unsere Kampagne reagiert – es bleibt aber noch viel zu tun!

**Dafür brauchen wir Ihre Unterstützung!
Bitte verwenden Sie beiliegenden Erlagschein für Ihre Spende!**

PS: Ihre Spende wird durch die Förderungen der EU und der Österreichischen Entwicklungszusammenarbeit praktisch verzehnfacht! ■

ZUM RUNDBRIEF: Dieser Rundbrief ist das Mitteilungsblatt der österreichischen Clean Clothes Kampagne (CCK); er wird drei Mal jährlich herausgegeben und InteressentInnen kostenlos zugesendet. Der Rundbrief bringt Informationen zum Thema, Nachrichten aus der internationalen und österreichischen Kampagne, Aktionsvorschläge, Termine, praktische Tips. Personen und Organisationen, die noch nicht in die Verteilerliste aufgenommen sind und den Rundbrief beziehen wollen, mögen uns diesen Wunsch unter Angabe der Adresse mitteilen.

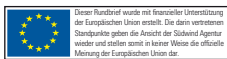
Wir danken den folgenden Organisationen für die Finanzierung dieses Rundbriefs:



IMPRESSUM: Verlegerin: Südwind Agentur, Herausgeber: Südwind – Verein für Entwicklungspolitik, Redaktion: Werner Hörtnner, Michaela Königshofer. Layout: typothese.at, Jeannine Ahr, Anschrift der Redaktion: Laudongasse 40, A-1080 Wien. Tel.: 01/405 55 15-0, Fax :01/405 55 19, E-Mail: cck@cleanclothes.at DVR 0895717

gefördert durch die:

Österreichische
Entwicklungszusammenarbeit



Rezension

Saubere Sachen

■ „Grün ist das neue Cool“ – aber wer kann es sich leisten? Und was steckt wirklich hinter dem Boom der ökofairen-Mode? Findet eine Moralisierung innerhalb der ausbeuterischen, globalen Bekleidungsindustrie tatsächlich statt? Oder wittern Modemultis neue lukrative Absatzmärkte, die mit halbherzigen Zugeständnissen bedient werden?

Es scheint, die gesamte Verantwortung lastet auf den KonsumentInnen, deren Handlungsoptionen für kritischen Konsum jedoch beschränkt bleiben. Die Kaufentscheidung



eines jeden Einzelnen ist ein wichtiger Beitrag, aber unterschiedliche Protestformen, politisches Engagement sowie die aktive Unterstützung vorbildlicher Modetreibender (wie beispielsweise das österreichische Modekollektiv „Göttin des Glücks“) müssen sich stets ergänzen.

Aufdeckerisch, stilistisch zwischen skandalisierendem Journalismus und Sachbuch angesiedelt, schafft es Kirsten Brodde, den Bogen

zwischen der komplexen Thematik Bekleidungsindustrie und der „Grünen Mode“ zu spannen. Die ehemalige Redakteurin des Greenpeace Magazins liefert nach jedem Kapitel ein kurzes Zwischenfazit inklusive Handlungsoptionen. Das sorgt zusammen mit Fotos und konkreten Positivbeispielen für ein kurzweiliges Lesen.

Das erste der fünf Kapitel widmet sich dem aktuellen Ist-Zustand, dem Zeitgeist. Es folgen apokalyptische Schilderungen und Fakten globaler Produktionsbedingungen – von moderner Sklavenarbeit bis zum Einfluss der chemischen Keule auf Baumwollplantagen. Um die LeserInnen aus der Zwickmühle schier erdrückender Handlungsunfähigkeit zu befreien, liefert Teil drei Alternativen. Biobaumwolle, organische Färbemethoden, eine umfassende Auflistung von Modelabels, aber auch Kampagnen wie die Clean Clothes Kampagne, Überprüfungsorganisationen wie die Fair Wear Foundation werden besprochen. Nach optimistischen Zukunftsprognosen folgen abschließend nochmals Tipps und eine kommentierte Linksammlung inklusive alternativer HerstellerInneninfos. ■

Nicole Kornherr

Kirsten Brodde: Saubere Sachen – Wie man grüne Mode findet und sich vor Öko-Etikettenschwindel schützt. Sachbuch. Ludwig Verlag, München 2009, 256 Seiten, € 17,50.