

FAIR FASHION

kampagne für faire arbeitsbedingungen weltweit

Kampagne in Österreich:

Öffentliches Beschaffungswesen

**Unlauterer Wettbewerb:
Diskonter Lidl geklagt!**

**Internationaler Weltladentag:
Faire Mode auf der Straße**



Liebe Leserin, lieber Leser

■ Seit 2003 wird der Clean Clothes-Rundbrief in dem vorliegenden Layout publiziert. Insgesamt wurden bis dato 34 Ausgaben veröffentlicht. Zeit für etwas Neues! Das Clean Clothes-Team arbeitet gerade an einer **graphischen und inhaltlichen Neugestaltung** des Rundbriefes, der in Zukunft mehreren Kampagnen, an denen Südwind beteiligt ist, als Plattform dienen wird. Das bedeutet eine Ausweitung der Themen auf Kampagnen zu Arbeitsrechten, die sich mit der Produktion von Computern, Spielsachen, Blumen oder der öffentlichen Beschaffung auseinandersetzen. **Im Oktober wird die neue Version in Ihrem Postkasten zu finden sein.** Seien Sie mit uns gespannt!

Eine erfreuliche und interessante Meldung erreichte uns gerade noch rechtzeitig während der Redaktionsarbeit zum vorliegenden Rundbrief: Der deutsche Diskonter **Lidl**, der im vergangenen Herbst im Mittelpunkt der Aktionen der Clean Clothes Kampagne stand, wurde von einem Konsumentenschutzverband aus Hamburg des Verstoßes gegen unlauteren Wettbewerb **geklagt!** Erfreulich und interessant nicht deshalb, weil wir uns nun schadenfroh mit einem „Recht haben wir gehabt“ auf die Schulter klopfen können, sondern weil – sollte die Klage angenommen und ein Prozess eröffnet werden – hier ein **richtungsweisender Präzedenzfall** geschaffen werden kann. Ein Beispiel, dass die schönfärberischen Beteuerungen von Konzernen über ihre soziale Verantwortung geklagt werden können, wenn sie in eklatantem Widerspruch zur Wirklichkeit stehen.

Eine persönliche Freudenskundgebung kann ich mir dennoch nicht verkneifen: Die Tatsache, einen mächtigen Konzern wegen seiner Unternehmenspolitik vor Gericht zu bringen, wäre ohne die bewussteinbildende Arbeit der Clean Clothes Kampagne und ähnlicher Initiativen im Laufe des letzten Jahrzehnts unvorstellbar. Und diese Arbeit wiederum wäre ohne Ihre Mithilfe bei unseren zahlreichen Aktionen, Veranstaltungen, Präsentationen im öffentlichen Raum nicht möglich gewesen.

Ein Schwerpunkt dieses Rundbriefes liegt auf der **öffentlichen Beschaffung**. Aufmerksame LeserInnen haben vielleicht schon bemerkt, dass wir dieses Thema in der letzten Zeit öfters behandelt haben. Auch hier liegen wir in einem internationalen – und durchaus erfolgreichen – Trend, wonach die Einbindung sozialer und ökologischer Kriterien in das immense Potenzial der öffentlichen Beschaffung gefordert wird. Diesem Ziel entspricht auch ein von uns ausgearbeitetes Handbuch für KommunalpolitikerInnen und BeschafferInnen zum Thema und eine entsprechende Aktion, die an österreichische BürgermeisterInnen gerichtet ist. Bei der wir wiederum auf Ihr Mittun angewiesen sind (siehe Seite 7).

Werner Hörtner, Redakteur des Rundbriefes



Coverphoto: Sanja Jelic

INHALT

Lidl vor dem Kadi

Der deutsche Diskonter wurde von einem Hamburger KonsumentInnen-schutzverband wegen unlauteren Wettbewerbs geklagt 3

Internationaler Weltladentag I

Rund um den 8. Mai erobern „Models“ in fair gehandelter Kleidung die Gehsteige vor den Weltläden 4

Internationaler Weltladentag II

Heuer wurde erstmals der Individual FairFashion Award ins Leben gerufen – und jede/r kann sich beteiligen 5

Internationaler Weltladentag III

Wie ein faires T-Shirt entsteht: Eine Reise zu den Ursprüngen der Baumwoll-Kollektion der Weltläden auf Mauritius 5

Öffentliche Beschaffung I

Ein eben erschienenenes Handbuch zu dem Thema zeigt u.a. auf, wie der faire Einkauf in der öffentlichen Beschaffung einen festen Platz bekommen kann – zum Vorteil der ProduzentInnen in den Billiglohnländern ... 7

Öffentliche Beschaffung II

Europäische Städte mit positiven Beispielen einer fairen Vergabepraxis – und welche Rolle die nationalen Clean Clothes Kampagnen dabei spielten 8

Öffentliche Beschaffung III

Eine neue Studie aus Deutschland untersucht die sozial-ökologischen Modeanbieter auf ihre Vertrauenswürdigkeit – und ein Hinweis auf eine Anbieterliste von fair produzierten Merchandising-Artikeln 10

Kritischer Konsum

„I shop fair“ ist ein Netzwerk kritischer KonsumentInnen in Österreich, die nicht nur durch ihr Kaufverhalten, sondern auch mit Aktionen für faire Arbeitsbedingungen eintreten, auch in der weltweiten Computerindustrie 11

Play Fair

Eine Bilanz zu der großen Kampagne rund um Olympia 2008 12

China

In der größten chinesischen Export-Region werden die Mindestlöhne beträchtlich erhöht. Eine Studie untersucht die Auswirkungen des liberalisierten Weltmarktes auf die Lage der Beschäftigten 13

Neuer Lehrgang

für globale Zusammenarbeit im arbeitsrechtlichen Bereich 14

Handbuch für Bildungsinstitutionen

Südwind veröffentlichte soeben ein umfassendes Handbuch für Modeschulen 14

Tödliche Textilindustrie

In Bangladesch kamen wieder zahlreiche TextilarbeiterInnen bei einem Fabriksbrand ums Leben 15

Leiberl bekennen!

Auch heuer wieder können TeilnehmerInnen bei Laufbewerben mit einem Clean Clothes-T-Shirt auf unsere Anliegen aufmerksam machen 15

Zwölf Jahre Rundbrief

Ein Überblick über Geschichte und Entwicklung des CCK-Newsletters, der ab Herbst in neuem Gewand und größerem Umfang erscheinen wird ... 16



Der Pilotprozess

Lidl in Deutschland geklagt

„Ein Einkauf bei LIDL kann so ziemlich alles sein. Außer fair!“ mahnte die österreichische Clean Clothes Kampagne und führte Anfang Oktober des Vorjahres in ganz Österreich Aktionen für bessere Arbeitsbedingungen bei dem deutschen Diskonter durch.

■ „Mehr Verantwortung, Lidl“ titelten wir den Kampagnen-Rundbrief Nr. 33 vom vergangenen November. Über 2.500 Protestkarten in Papierform und elektronische Karten langten bei uns ein, konnten aber noch nicht dem Konzern übergeben werden, denn just am 12. Februar, als eine Clean Clothes-Delegation dem Unternehmenssitz in Neckarsulm einen Besuch abstatten wollte, legte ein starker Schneefall den Flugverkehr lahm.

Die Schönfärberei

Auf seiner Homepage rühmt sich der Diskonter der fairen Arbeitsbedingungen in seinen Produktionsbetrieben und der Zusammenarbeit mit der „gemeinnützigen“ Unternehmensinitiative BSCI (Business Social Compliance Initiative). In einem Werbeprospekt vom vergangenen Jänner heißt es: „Wir bei Lidl vergeben unsere Non food-Aufträge nur an ausgewählte Lieferanten und Produzenten, die bereit sind und nachweisen können, soziale Verantwortung aktiv zu unternehmen.“

Lidls Schönfärberei erlitt in der zweiten Aprilwoche einen heftigen Schlag. Die Verbraucherzentrale Hamburg hat mit

Unterstützung der Clean Clothes Kampagne und des Europäischen Zentrums für Verfassungs- und Menschenrechte (ECCHR) beim Landesgericht Heilbronn Klage wegen unlauteren Wettbewerbs eingereicht. Die Klagesteller fordern den Konzern auf, die Öffentlichkeit nicht mit „Social Washing“ über die unmenschlichen Arbeitsbedingungen bei ihren Zulieferern zu täuschen.

Die Klage

„Das ist ein einzigartiger Fall“, sagt Gisela Burckhardt von der deutschen Clean Clothes Kampagne. Noch nie seien fehlende Sozialstandards eingeklagt worden, da es keine rechtliche Handhabe dafür gab. Über das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb könnte das jetzt gelingen. „Lidl betreibt Schönfärberei“, kritisiert die deutsche CCK-Aktivistin. „Mit dem BSCI-Kodex wollen sich Diskonter ein Sozialmäntelchen umhängen, aber die Lage der ArbeiterInnen verbessert sich nicht.“

Im Rundbrief Nr. 30 (S.12) stellten wir eine Untersuchung der deutschen CCK über die Einkaufspraktiken der Diskonter

Lidl und KiK vor, ausgehend von ihren Geschäftsbeziehungen zu sechs Lieferanten in Bangladesch. „Die menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen in den Produktionsbetrieben des Weltmarktes sind nicht der Willkür oder Habgier der Fabrikeigentümer zuzuschreiben, sondern der Einkaufsstrategie der großen Konzerne bei uns“, schrieben wir damals. Jene Konzerne, die sich bei uns als wachstumsstarke Unternehmen mit sozialer Verantwortung präsentieren. Die Hamburger Verbraucherzentrale hat sich nun diese Analyse zu eigen gemacht. Günter Hörmann, Geschäftsführer dieses Konsumentenschutzverbandes: „Lidl täuscht mit seiner Werbung die Verbraucher. Daher haben wir jetzt Klage wegen irreführender Werbung eingereicht.“

Der Klage gegen Lidl kommt insofern eine besondere Bedeutung zu, da nun erstmals wegen Verletzung von Arbeitsrechten im Ausland rechtlich vorgegangen wird. Sollte der Klage Recht gegeben werden, könnte das einen Präzedenzfall für andere Unternehmen schaffen. Nach Auskunft der Arbeiterkammer Österreich könne Lidl oder ein ähnlicher Konzern auch bei uns wegen unlauteren Wettbewerbs geklagt werden. ■

Text der Studie und Hintergründe der Klage unter [www.cleanclothes.at/Zum Weiterlesen](http://www.cleanclothes.at/Zum>Weiterlesen)

Grazer AktivistInnen des Netzwerkes I SHOP FAIR protestieren für bessere Arbeitsbedingungen bei Lidl.

Internationaler Weltladentag

Faire Modeschauen und Information

Unter dem Motto „Fairer Handel mein Stil“ machen die österreichischen Weltläden rund um den Internationalen Weltladentag am 8. Mai auf die schlechten Arbeitsbedingungen in der Textil- und Bekleidungsindustrie aufmerksam.

■ Alljährlich stellen die Weltläden den Internationalen Weltladentag am zweiten Samstag im Mai unter ein Kampagnenmotto. Heuer thematisieren sie mit „Fairer Handel Mein Stil“ die Arbeitsbedingungen in der Textil- und Bekleidungsindustrie. In den Aktionswochen rund um diesen Tag (3. bis 15. Mai 2010) erobern österreichweit „Models“ in fair gehandelter Kleidung die Straßen als Laufsteg. Ausgestattet mit Besen machen sie darauf aufmerksam, dass die westliche Welt die Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie gerne zugunsten billiger Bekleidung unter den Teppich kehrt. Zusätzlich startet mit dem „FairFashion Award“ eine virtuelle Modenschau.

FairFashion zieht an

Ein Großteil der arbeitsintensiven Produktion von Bekleidung wurde seit den 1970er Jahren in Entwicklungs- und Schwellenländer verlagert. Die Arbeitsrealität der TextilarbeiterInnen dort ist mehr als trist: Vielerorts sind Gewerkschaften nur am Papier erlaubt. Wer sich organisiert, riskiert den Job. Die Löhne ermöglichen es den ArbeiterInnen kaum, ihren Lebensunterhalt zu bestreiten.

Dem gegenüber setzen die Weltläden seit vielen Jahren auf faire Arbeitsbedingungen, auch in der Textilindustrie. Sie garantieren damit existenzsichernde Löhne und gerechte Preise bei Arbeitsbedingungen, die nicht krank machen. An erster Stelle steht Kooperation statt Konzernwillkür. „In der Mode- und Bekleidungsindustrie beobachten wir einen Trend hin zu ‚Fairer Mode‘ in Bioqualität. Die

Nachfrage steigt. In den letzten Jahren setzen Textilfirmen daher zunehmend auf soziale und ökologische Standards. Dadurch wächst das Angebot an fair gehandelter Mode“, beobachtet Barbara Kofler, Geschäftsführerin der österreichischen ARGE Weltläden.

Mindeststandards bei allen Zwischenstufen der Verarbeitung: vom Baumwollfeld über das Entkernen, Verspinnen, Weben, Färben bis zur Konfektion. „Ein simples T-Shirt durchläuft bei seiner Entstehung viele Schritte, in unterschiedlichen Firmen, teilweise in unterschiedlichen Ländern. Daher hat es einige Zeit gedauert, bis die Zulieferkette bei Textilien geschlossen werden konnte. Bei den Bekleidungsstücken in den Weltläden garantieren wir die Einhaltung



© ARGE Weltläden

Menschen wichtiger als der Profit

Die Weltläden vertreiben in ihren Fachgeschäften ausschließlich fair gehandelte Kleidung. Diese kommt von EZA Fairer Handel, dem jungen österreichischen Modekollektiv „Göttin des Glücks“ sowie den international arbeitenden Fair Trade LieferantInnen Ideo, Ethos, dwp und El Puente.

ProjektpartnerInnen auf der Produktionsseite sind unter anderem Craft Aid Mauritius (siehe den folgenden Bericht) und Rajlakshmi in Indien. Diese achten auf die Einhaltung sozialer

sozialer und ökologischer Standards der WFTO, der World Fair Trade Organizations“, so Kofler.

„In der kommerziellen Textilproduktion geht es in erster Linie um das Ergebnis und nicht so sehr um die Menschen“, meint Gabriel Kamudu, Geschäftsführer von Craft Aid: „Auch wir sind am Ergebnis interessiert, aber bei uns kommen die Menschen vor dem Profit.“ ■

Termine über die Straßenmodenschauen erfährt man bei den einzelnen Weltläden, eine Terminauswahl findet sich auf www.weltlaeden.at.

In den Aktionswochen rund um den Weltladentag (3. bis 15. Mai 2010) erobern österreichweit „Models“ in fair gehandelter Kleidung die Straßen als Laufsteg.

Kreative Auszeichnung

Individual FairFashion Award

Im Rahmen des Weltladentags 2010 am 8. Mai mit dem Motto „Fairer Handel Mein Stil“ wurde der Individual FairFashion Award ins Leben gerufen. Diese virtuelle Modenschau ist eine österreichweite Kampagne, bei der jede/r mitmachen kann.

■ Gesucht sind die kreativsten, individuellsten, trendigsten und aussagekräftigsten FairFashion-Fotos. Die besten Kombinationen fair gehandelter Mode werden mit einem FairShopping-Gutschein aus dem Weltladen gekürt.

FairFashion ist vielfältig und etwas Besonderes! Vor allem aber kommt FairFashion ohne ausbeuterische Arbeitsverhältnisse aus und basiert auf den Kriterien des Fairen Handels.

Wertschätzung und Respekt gegenüber den ProduzentInnen sowie eine faire Entlohnung sind grundlegend. Die Weltläden Österreichs treten dafür ein. ■

Wenn auch Sie ein fair gehandeltes Lieblingsstück haben, dann machen Sie mit beim Individual FairFashion Award! Nähere Informationen unter www.individualfairfashionaward.at



© ARGE Weltläden

Reisebericht

Wie ein faires T-Shirt entsteht

Roswitha Lobe vom Weltladen Braunau reiste zu den Ursprüngen der Baumwoll-Kollektion, produziert unter Einhaltung sozialer Mindeststandards auf allen Zwischenstufen der Verarbeitung.

Die Kollektion trägt zwei international anerkannte Zertifizierungen: neben dem FAIR-TRADE-Gütesiegel erstmals auch die G.O.T.S.-Zertifizierung. Der „Global Organic Textile Standard“ gewährleistet u.a. die Einhaltung hoher ökologi-

scher Standards entlang der gesamten Produktionskette eines Textilprodukts.

Biologische Baumwolle, die saubere Alternative

Baumwolle wird in rund 70 Ländern angebaut. Ihre Eigen-

■ „Ich bin hier fast im Paradies gelandet“, schrieb Roswitha Lobe in einer E-Mail nach Hause. Die Leiterin des Weltladens Braunau besuchte Partnerinnen und Partner des Fairen Handels auf Mauritius, deren Produkte im Weltladen verkauft werden. Bei ihrer Reise hat sie den Weg der Baumwolle vom Weben und Färben des Stoffes bis zum Verpacken der fertigen Ware selbst erlebt. Die aktuelle Frühjahrsmode ist eine Alternative zu anonymer Massenware und beweist, dass Design und menschenwürdige Produktionsbedingungen vereinbar sind.

Mauritius, nicht nur Urlaubsparadies, sondern auch Produktionsland für Textilien aller Art



© SWA

Zehn Prozent des Gewinns werden an die MitarbeiterInnen ausbezahlt, fünf Prozent in soziale und kommunale Projekte investiert. Auch kostenloser Arztbesuch, freier Transport zur Arbeit, Mitspracherechte im Betrieb gehören zu den Vorteilen der Arbeit bei Craft Aid.

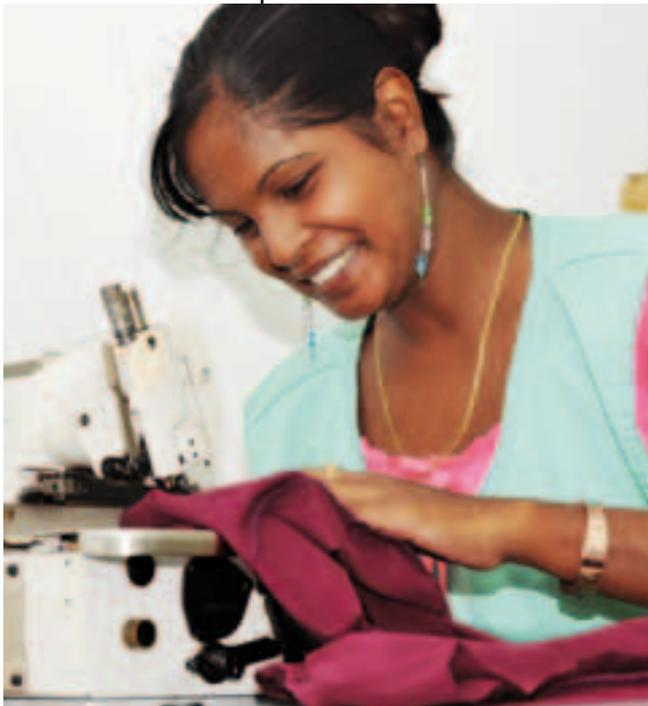
schaften machen sie zur beliebtesten Textilpflanze der Welt. Doch der konventionelle Anbau ist problematisch: Chemikalien vergiften Wasser, Boden, Menschen und Tiere. Und für ein T-Shirt braucht man etwa 2.000 Liter Wasser.

Kleinbauern und -bäuerinnen der Organisation Agrocél in Indien bauen die Bio-Baumwolle für die faire Modekollektion an. Sie verbrauchen nur etwa halb so viel Wasser wie für konventionell angebaute Ware. Wer ein Bio-T-Shirt kauft, schützt etwa

sind – allerdings auch der Wettbewerbsdruck. Der Mindestlohn reicht nicht zum Überleben“, schildert Roswitha Lobe die Situation der Textil-ArbeiterInnen, die angeblich die schlechtesten von ganz Afrika seien. Craft Aid, ein Partnerunternehmen von EZA Fairer Handel in Köstendorf bei Salzburg, beweist, dass es auch anders geht: Menschenwürdige Arbeitsbedingungen, faire Bezahlung, Urlaub, Krankenstand und eine Pensionsvorsorge zählen zu den Leistungen von Craft Aid.

ren darf der Roh-Rohrzucker in Raffinerien verarbeitet werden. Dieser Veredelungsschritt war bisher dem ehemaligen Kolonialherrscher Großbritannien vorbehalten – als Bedingung für die Unabhängigkeit. Dadurch blieb wenig Wertschöpfung im Land. Während der Preis für raffinierten Zucker konstant blieb, sank der Preis für Rohzucker um mehr als ein Drittel. Der gesamte Zucker wird exportiert. Der Eigenbedarf wird mit billigem Zucker aus Südafrika gedeckt.

Neben dem dichten Pro-



Die NäherInnen von Craft Aid produzieren die neue Frühjahrskollektion der EZA, die in den Weltläden erhältlich ist.

sieben Quadratmeter Boden vor Pestiziden. Nach der Ernte wird das weiße Gold in einer Spinnerei zu Garn verarbeitet. Danach geht es auf die Reise nach Mauritius.

Das Unternehmen Craft Aid garantiert faire Bezahlung und Sozialleistungen. Von den 1,2 Millionen Einwohnern auf Mauritius ist etwa die Hälfte berufstätig. Die Zahl der TextilarbeiterInnen ist in den vergangenen sechs Jahren um etwa ein Drittel auf 65.000 gesunken.

„Die Textilindustrie hat sich von billigen zu teuren Produkten in Nischenmärkten entwickelt, weil die Spannen höher

Von den rund 150 MitarbeiterInnen sind viele Behinderte oder Angehörige sozial benachteiligter Bevölkerungsgruppen. Zehn Prozent des Gewinns werden an die MitarbeiterInnen ausbezahlt, fünf Prozent in soziale und kommunale Projekte investiert. Auch kostenloser Arztbesuch, freier Transport zur Arbeit, Mitspracherechte im Betrieb gehören zu den Vorteilen der Arbeit in dem sozialen Unternehmen.

Die Zuckerinsel erkunden

Zucker hat die Geschichte der Insel geprägt. 72 Prozent der Landesfläche sind mit Zuckerrohr bedeckt. Erst seit zwei Jah-

gramm blieb auch etwas Zeit, die Insel zu erkunden: „Für mich sind der Obst- und Gemüsemarkt mit den süßesten Früchten immer besonders anziehend. Ein guter Espresso am Hafen, Flanieren an der Waterfront, Schwimmgenuß im Meer und mit einem Glasboden-Boot die faszinierende Unterwasserwelt erleben – und die Vorfreude auf das leckere Abendbuffet“, schwärmt Roswitha Lobe vom Angebot auf der Insel.

Organisiert wurde diese Reise von der EZA in Köstendorf, die FAIRTRADE-Produkte direkt von den Partnerorganisationen importiert. ■

Öffentliche Beschaffung

Wir haben schon mehrmals darauf hingewiesen, dass die öffentliche Beschaffung ein wichtiger Wirtschaftssektor für sozial produzierte Kleidung sein könnte. Südwind hat soeben ein Handbuch zu diesem Thema ausgearbeitet.

■ Feuerwehrleute, PolizistInnen, Krankenhauspersonal – sie alle verwenden Uniformen und Arbeitskleidung. Auch Berufskleidung wird zum Großteil in Billiglohnländern in Osteuropa und Asien produziert, meist unter verheerenden Bedingungen.

Keine Ausbeutung mit unserem Steuergeld!

Wie in der Sportbekleidung und der Modeindustrie werden auch zunehmend im Bereich der Berufskleidung arbeitsintensive Produktionsschritte, wie Nähen und Zuschneiden, in



■ Das neue Handbuch zur sozial fairen öffentlichen Beschaffung bietet eine praxisnahe Handhabe für BeschafferInnen, politische EntscheidungsträgerInnen und Interessierte.

Es informiert über die Arbeitsbedingungen, unter denen Produkte für die öffentliche Hand hergestellt werden, bietet Tipps zum fairen Einkauf und zeigt anhand von Ausschreibungsbeispielen vergaberechtliche Umsetzungsmöglichkeiten auf.

*Handbuch:
Sozial faire Beschaffung. Wien 2009, 43 Seiten.
Bestellungen an beschaffung@suedwind.at*

Das Geschäft von Arbeitsbekleidungsunternehmen floriert. In einer europaweiten Branchenerhebung 2008 wurde der Markt auf 50 Millionen Personen mit 300 Millionen Kleidungsstücken und einem Gesamtwert von 3,5 Milliarden US-Dollar geschätzt; Tendenz stark steigend. Ein großer Teil dieser Produkte wird von der öffentlichen Hand beschafft. Ein Beispiel: Allein die Ausschreibung des österreichischen Bundesministeriums für Justiz im Jahr 2008 für die Lieferung von Uniformteilen (Jacken, Hemden, Hosen und Socken) für die Justizwache hatte ein Auftragsvolumen zwischen 1,2 und 1,4 Millionen Euro.

Billiglohnländer verlagert, während die Arbeitsbekleidungsunternehmen nur mehr für Produktentwicklung, Schnitterstellung, Design und Verkauf zuständig sind.

Diese Entwicklung macht eine bewusst sozial verantwortliche öffentliche Beschaffung von Uniformen und Arbeitskleidung notwendig, damit der öffentliche Einkauf nicht indirekt die Ausbeutung von ArbeiterInnen in Billiglohnländern fördert.

Sozial faire Beschaffung von Arbeitsbekleidung in Europa

In Frankreich haben 250 Gemeinden eine Resolution verabschiedet, welche die Einhaltung

des Verhaltenskodex der CCK in Verträgen zur Beschaffung von Bekleidung vorsieht.

In einem Fragenkatalog werden von den Anbietern Auskünfte über die Kontrolle des Kodex sowie Namen und Adressen der Zulieferer verlangt. Dies führte z.B. dazu, dass die französische Eisenbahngesellschaft (SNCF) im Jahr 2005 einen Vertrag mit einem chinesischen Hersteller zurückzog, der grundlegende soziale Standards nicht einhielt.

In Belgien beschaffen 51 Städte und Gemeinden die Berufsbekleidung ihrer Angestellten nach sozialen und ökologischen Kriterien. Auch in Spanien und den Niederlanden haben Gemeinden und Städte Beschlüsse bezüglich sozial fair produzierter Kleidung verabschiedet.

So hat die Stadt Barcelona seit 2005 soziale Kriterien in Ausschreibungen für die Arbeitsbekleidung der insgesamt 1.600 Angestellten der Park- und Gartenbetreuung und der Dienstleistungsgesellschaft der Stadt aufgenommen. In der Schweiz initiierte die Stadtpolizei Zürich mit Erfolg ein Pilotprojekt zur Beschaffung von Polizeihemden aus Biobaumwolle. ■

*Werden Sie aktiv!
Schicken Sie die beigelegte Postkarte an Ihren Bürgermeister/Ihre Bürgermeisterin und fordern Sie eine sozial faire Vergabepaxis in Ihrer Gemeinde.*

Schicken Sie bitte die diesem Rundbrief beigelegte Postkarte an Ihren Bürgermeister/Ihre Bürgermeisterin und fordern Sie eine sozial faire Vergabepaxis in Ihrer Gemeinde. Bitte informieren Sie uns über die erhaltenen Antworten und Reaktionen (beschaffung@suedwind.at). Danke fürs Mittun!



Öffentliche Beschaffung

Best practice in Europe

Viele europäische Städte, Länder und Gemeinden gehen mit positiven Beispielen für eine faire Vergabepraxis voran. Die nationalen Clean Clothes Kampagnen sind dabei eine treibende Kraft.



© Clean Clothes Campaign Schweden

„Wegen unserer Kampagne ‚Mein Steuergeld – Menschenrechte für unsere Steuern‘ haben vierzehn von einundzwanzig Verwaltungsbezirken in Schweden für ihre Krankenhäuser ethische Forderungen in die Beschaffung von Arbeitsbekleidung, Textilien und Operationsbesteck miteinbezogen.“
Malin Eriksson, Rena Kläder, Clean Clothes Campaign Schweden

Niederlande: Bis Ende 2010 soll die öffentliche Beschaffung der Regierung komplett nachhaltig gestaltet sein

Belgien: 60 Städte beschaffen nach sozialen und ökologischen Kriterien

Stadt Düsseldorf: vergibt Aufträge nur, wenn bei der Produktion die ILO-Kernarbeitsnormen eingehalten werden

Deutschland: 50 Städte und Gemeinden haben einen Beschluss gegen ausbeuterische Kinderarbeit gefasst

Frankreich: Über 250 Städte haben sich zum „ethischen“ Einkauf verpflichtet



© Clean Clothes Campaign Deutschland

„Wegen unserer Kampagnen ‚Jede Kommune zählt‘ und ‚Keine Ausbeutung mit Steuergeldern‘ hat die Stadt Dortmund faire Kantinen T-Shirts beschafft.“
Johanna Fincke, Kampagne für Saubere Kleidung, Clean Clothes Campaign Deutschland



© Clean Clothes Campaign Flandern

„Mit diesem T-Shirt – ‚Ich bin ein supersauberes Baby‘ – können flämische Gemeinden ihren BürgerInnen zeigen, dass sie soziale Standards im öffentlichen Einkauf berücksichtigen.“
Frieda De Koninck, Schone Kleren Campagne, Clean Clothes Campaign Flandern

Norwegen: Die Regierung hat gemeinsam mit der Ethical Trading Initiative-Norwegen einen Leitfaden zur ethischen Beschaffung herausgebracht

Schweden: 14 von 21 Verwaltungsbezirken haben ethische Forderungen in die Ausschreibungen in die Ausschreibungen ihrer Spitäler miteinbezogen

Vorarlberg: Die Feuerwehr nimmt ILO-Kernarbeitsnormen in Ausschreibung auf

Zürich: Die Stadtpolizei Zürich beschafft Polizeihemden aus Biobaumwolle

Barcelona: Die Stadt nimmt soziale Kriterien in Ausschreibungen für Arbeitsbekleidung auf

© sanja.jelic/typothese.at

Neue Studie

Sozial-ökologische Modeanbieter

Seit einigen Jahren schießen sozial-ökologische Modeanbieter wie Pilze aus dem Boden. Um Klarheit für Verbraucherinnen und Verbraucher zu schaffen, hat das deutsche SÜDWIND-Institut eine Unternehmensbefragung durchgeführt. Das Ergebnis ist ernüchternd.

■ Mit wenigen Ausnahmen fallen die sozialen und ökologischen Anforderungen der meisten Anbieter hinter etablierte internationale Standards zurück. „Verbraucherinnen und Verbraucher müssen ihren Druck auf Unternehmen und Regierung verstärken, damit diese Kluft überwunden wird“, sagte Dominic Kloos, der Autor der Ende des Vorjahres veröffentlichten Studie mit dem Titel „Sozial-ökologische Mode auf dem Prüfstand“. „Dieses Marktsegment sollte in Zukunft kontinuierlichen Praxistests unterzogen werden, damit Anspruch und Wirklichkeit sich stärker annähern“, so Kloos.

Die Programmatik sozial-ökologischer Modeanbieter wie Art-



Acht alternativen Modeanbietern fehlt es an unabhängiger Kontrolle.

© Südwind-Institut

gerecht, Continental Clothing, Hess Natur oder Unique Nature ist einzeln und vergleichend in der Studie dargestellt. Für die Befragung wurden sieben Kriterien aus der Debatte um Sozial- und Umweltstandards zusammengefasst. Die Antworten der Unternehmen sind in einem verbraucherfreundlichen Ampelsystem eingeordnet.

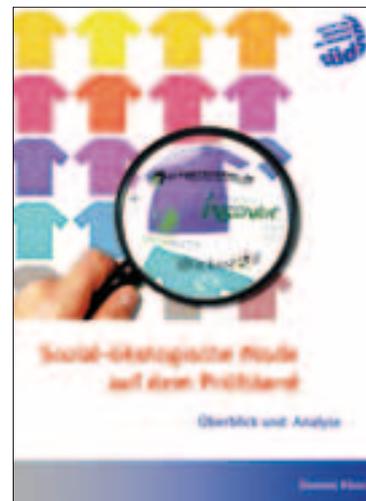
Immerhin 69 Prozent der 23 Unternehmen, die auf die Umfrage geantwortet haben, geben an, alle wichtigen Sozialstandards einzuhalten. Beim Nachweis der Einhaltung dieser Standards tritt jedoch eines der größten Probleme der Branche zutage: Nur wenige Unternehmen lassen diese unabhängig überprüfen. Im Rahmen der Unternehmensbefragung erfüllen nur 4 der 23 Unternehmen dieses Kriterium.

Bei den Öko-Standards schneiden die Unternehmen generell besser ab: 35% der Anbieter lassen zumindest einen Teil der Standards von anerkannten externen Einrichtungen überprüfen, doch nur 22% achten dabei auf alle grundlegenden Standards.

Das SÜDWIND-Institut, eine Trägerorganisation der deut-

schen „Kampagne für Saubere Kleidung“, fordert gemeinsam mit anderen NGOs und Gewerkschaften neben Unternehmenskampagnen auch gesetzliche Schritte für eine bindende Rechenschaftspflicht von Unternehmen. Nur so können Sozial- und Umweltstandards bei der Herstellung von Modeprodukten nachhaltig verbessert werden. ■

Die Studie im Umfang von 72 Seiten A4 kann um € 5 bestellt oder auf der Website www.suedwind-institut.de unter Downloads heruntergeladen werden.



Anbieterliste: Merchandising-Produkte

■ Bedruckte T-Shirts, Kugelschreiber und Kalender – Merchandising-Produkte sind allgegenwärtig. Wer beim Einkauf von T-Shirts für den Tisch-Tennis-Verein oder von Kugelschreibern für den Betrieb auf soziale und ökologische Kriterien achten möchte, hat es jetzt ein wenig einfacher.

Auf Basis einer Erstrecherche wurde eine Liste von Unternehmen aus Österreich und Deutschland, die soziale und/oder ökologisch gefertigte Merchandising-Produkte anbieten, zusammengestellt.

Ausführlichere Informationen über die Anbieterliste siehe <http://www.suedwind-agentur.at/Services>

Wenn Sie andere Anbieter kennen, die ihre Produkte nach ökologischen und sozialen Standards auswählen, bitte informieren Sie uns darüber und schicken Sie ein E-Mail an office@cleanclothes.at.

Netzwerk für kritische KonsumentInnen

I SHOP FAIR

Das Bild von den passiven KonsumentInnen als bloße EndverbraucherInnen gehört der Vergangenheit an. Kritischer Konsum findet heute nicht mehr nur im Supermarkt statt.

■ Kritisch konsumieren bedeutet heute mehr, als sich bewusst für ein Produkt oder eine Leistung zu entscheiden, die man als sozial oder ökologisch nachhaltig einschätzt. Die kanadische Schriftstellerin und politische Aktivistin Naomi Klein schreibt: „Wir sind nicht nur, was wir kaufen oder arbeiten, wir können uns auch unabhängig informieren und als Bürger und Bürgerin politisch aktiv werden.“ Kritisch zu konsumieren bedeutet daher auch, aktiv Verantwortung zu übernehmen und von Unternehmen die Einhaltung von sozialen und ökologischen Mindeststandards einzufordern und Missstände aufzuzeigen.

Informieren und handeln

I SHOP FAIR ist ein Netzwerk von kritischen KonsumentInnen. Ziel von I SHOP FAIR ist es, über die vorherrschenden Arbeitsbedingungen in den Ländern des Südens zu informieren. Darüber hinaus werden im Falle von auftretenden arbeits- oder menschenrechtlichen Verletzun-

gen konkrete Aktionen zur Unterstützung der betroffenen ArbeiterInnen geplant und durchgeführt. Die Möglichkeiten, im Rahmen von I SHOP FAIR aktiv zu werden, sind vielfältig – von einer Unterstützung über Facebook über eine Teilnahme an Seminaren, Diskussionen und Vorträgen bis zum Aufbau einer regionalen AktivistInnengruppe – je nachdem, wie viel Zeit zur Verfügung steht.

Im vergangenen Herbst tourte die indische Gewerkschafterin und Arbeitsrechtsaktivistin Saleena Pookunju auf Einladung von I SHOP FAIR und der Clean Clothes Kampagne durch Österreich, um mit der interessierten Öffentlichkeit einen Dialog über die problematischen Arbeitsbedingungen in der indischen Bekleidungsindustrie zu führen. Gleichzeitig präsentierte sie die Asian Floor Wage Campaign, eine neue länderübergreifende Kampagne, die sich für die Anhebung des Mindestlohns für asiatische NäherInnen nach einem einheitlichen Berechnungs-

schema einsetzt. (Siehe auch CCK-Rb. Nr. 31 S.5 und 33 S.3)

Eine triste Realität

NäherInnen in den mehr als 3.000 Bekleidungsfabriken Dhakas schuften unzählige Stunden für den gesetzlich festgesetzten Mindestlohn von umgerechnet ungefähr € 17 im Monat – eindeutig zu wenig, um ein menschenwürdiges Leben führen zu können. Das Zuhause ist für viele von ihnen nicht mehr als ein kleines und feuchtes Zimmer, meist fensterlos und dunkel, das sie sich mit anderen ArbeiterInnen oder ihrer Familie teilen.

Das Potenzial von KonsumentInnen als Motor für Veränderung unterstreicht auch Amirul Haque Amin, Präsident der National Workers Garment Federation (NGWF), einer in Bangladesch tätigen Gewerkschaft mit Sitz in Dhaka, in einem Gespräch mit I SHOP FAIR-MitarbeiterInnen. Es ist daher wichtig, so Amirul Haque Amin, dass KonsumentInnen Bescheid wissen über die Ausbeutung von ArbeiterInnen in Zulieferbetrieben von westlichen Markenfirmen und Diskontanbietern. ■

Mehr Informationen dazu auf www.ishopfair.net und www.asiafloorwage.org.

„Wir sind nicht nur, was wir kaufen oder arbeiten, wir können uns auch unabhängig informieren und als Bürger und Bürgerin politisch aktiv werden.“ (Globalisierungskritikerin Naomi Klein)

Clean IT

Faire Computer

Das KonsumentInnennetzwerk I SHOP FAIR legt derzeit, zusammen mit der Südwind-Kampagne Clean-IT, seinen Schwerpunkt auf die globale IT-Industrie.

■ Gemeinsam informieren die beiden Initiativen über die Arbeitsbedingungen in der Computerproduktion und schaffen Bewusstsein über die problematischen Auswirkungen dieser Industrie auf Umwelt und Menschen. Die Computerindustrie ist einer der am schnellsten

wachsenden Wirtschaftssektoren weltweit. Durch den Boom dieser Branche entstanden viele Arbeitsplätze in Südostasien und China. Der Großteil der ArbeiterInnen, die in diesem neuen Wirtschaftszweig ihr Auskommen suchen, kann jedoch mit diesem Arbeitsplatz die eigenen



Lebensbedingungen kaum verbessern. Der Grund dafür sind die menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen, wie z. B. kei-

ne existenzsichernden Löhne, Zwangsüberstunden, mangelnde Sicherheitsvorkehrungen bei der Arbeit mit giftigen Chemikalien usw.

Die Chance der öffentlichen Beschaffung

Bisher wurden soziale Kriterien, wie z. B. faire Arbeitsbedingungen in der Produktion, im öffentlichen Beschaffungswesen in Österreich kaum beachtet. Die öffentliche Beschaffung mit ihrem großen Auftragsvolumen kann aber wesentlich zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen beitragen, indem soziale Kriterien in die Beschaffungspraxis aufgenommen werden. BeschafferInnen haben damit

die Chance, zur Armutsminderung und Verbesserung der Arbeitsbedingungen weltweit beizutragen. Durch ihre große Kaufkraft können sie strukturelle Veränderungen in der Computerindustrie herbeiführen. Ziel ist es, dass auch KonsumentInnen sozial verantwortlich produzierte Computer kaufen können bzw. zu solchen in öffentlichen Institutionen Zugang haben.

I SHOP FAIR und Clean-IT richten sich daher mit Petitionskarten an die Rektoren und RektorInnen der österreichischen Universitäten und Fachhochschulen: Diese sollen erstens ihr Interesse an sozial verantwortlich produzierten Computern

bei zentralen Beschaffungsstellen deponieren und zweitens sich für einen Beschluss zur sozial verantwortlichen Beschaffung von Computern an ihrer Institution einsetzen. ■

Die **Petitionskarten** können bei Südwind (philip.doyle@suedwind.at) bestellt oder auf den Webseiten – www.ishopfair.net und www.clean-it.at – elektronisch ausgefüllt und abgeschickt werden. Die gesammelten Karten werden im Anschluss von AktivistInnen persönlich an die Verantwortlichen an den österreichischen Universitäten und Fachhochschulen übergeben.

Play Fair

Die Hürden überwinden

Nach der umfangreichen und erfolgreichen Kampagne Play Fair 2008 rund um die Olympischen Spiele 2008 in China zieht das Bündnis von NGOs und Gewerkschaften Bilanz.

■ In dem von Play Fair 2008 veröffentlichten Bericht „Die Hürden überwinden“ wurden vier Hindernisse am Weg zu fairen Arbeitsbedingungen herausgearbeitet und vier Kernstrategien für deren Überwindung dargelegt:

- sich für die uneingeschränkte Gewährung des Rechts auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen einsetzen;
- von prekären Beschäftigungsverhältnissen in der Lieferkette absehen;
- Fabrikschließungen vermeiden oder zumindest deren negative Konsequenzen verringern und
- Maßnahmen zur Verbesserung der Arbeitslöhne einführen, mit dem Ziel, einen existenzsichernden Lohn für alle ArbeiterInnen durchzusetzen.



Was wurde erreicht – und was nicht?

Von der Play Fair Alliance wurden zwölf Maßnahmen vorgeschlagen, wie diese Strategien umgesetzt werden können. Für eine Zwischenbilanz wurden acht Unternehmen – Nike, adidas, Pentland, Puma, Lotto, New Balance, Asics und Mizuno – danach befragt, welche Schritte sie seit 2008 zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen unternommen haben.

Die Internetseite „Clearing the hurdles“ (www.clearingthehurdles.org) gibt detailliert Antwort auf die Reaktionen der Sportartikelhersteller und stellt mittels eines Ampel-Farben-Systems die Fortschritte – oder deren Fehlen – von Unternehmen dar. Am meisten grüne Punkte bekam

adidas, wobei nur fünf von zwölf Kategorien mit grün bewertet wurden. Völlig unschlüssig über weitere Schritte und Maßnahmen zur Verbesserung der Situation der ArbeiterInnen ist Asics. Die größte Anzahl von roten Punkten kassierte der japanische Sportartikelhersteller Mizuno. Das Unternehmen weigert sich, die vorgeschlagenen Maßnahmen anzugehen, geschweige denn umzusetzen. Alles in allem eine ernüchternde Zwischenbilanz. Es gibt noch viel zu tun in der Sportbekleidungsindustrie. ■

Acht Unternehmen der Sportartikelbranche wurden auf den Prüfstand gestellt. Die Punkteübersicht aus der Untersuchung finden Sie unter www.clearingthehurdles.org/response-chart.

China I

Markante Lohnerhöhungen

Die an Hongkong anschließende Provinz Guangdong ist auch bekannt unter der Bezeichnung Pearl River Delta. Hier werden mehr als ein Drittel aller Exporte der Volksrepublik China produziert. Die Regierung von Guangdong kündigte Mitte März an, dass sie mit Stichtag 1. Mai die Mindestlöhne um über 21 Prozent erhöhen werde.

■ Diese Maßnahme sei notwendig, um die Einkommen der MindestlohnempfängerInnen zu verbessern und um mehr Arbeitskräfte anzuziehen, heißt es von offizieller Seite.

Au Yiu-chee, Besitzer einer Textilfabrik in Hongkong, kommentierte die Maßnahme folgendermaßen: „Ein großer Teil unserer Arbeitskraft kommt traditionellerweise aus den armen

Regionen in Westchina. Viele Fabriken sind nun wegen den niedrigeren Löhnen und Steuern dorthin umgesiedelt. Wegen der gesteigerten Nachfrage bleiben deshalb die Arbeitskräfte dort und gehen uns hier ab.“

Guangdong hat heuer im Jänner und Februar 22,1 % mehr Waren exportiert als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Dennoch fürchtet der zitierte

Unternehmer den Verlust der Wettbewerbsfähigkeit durch die relativ hohen Löhne. „Diese starke Lohnerhöhung ist verrückt. Wie können wir bei Aufträgen mithalten, wenn unsere Konkurrenten in Kambodscha viel niedrigere Preise anbieten?“ Seine ArbeiterInnen kommen mit der Akkordzulage auf monatlich umgerechnet knapp € 200.

Der „Chinesische Rat zur Förderung des Auslandshandels“ schätzt, dass im Fall einer Währungsaufwertung viele Exportfirmen schließen müssten. Die Gewinnspannen in arbeitsintensiven Sektoren seien bereits auf drei Prozent gesunken. ■

China II

Soziale Folgen des Weltmarkts

Am Beispiel der Länder China, Südafrika und Deutschland (EU) wurde die Frage untersucht, wie sich der liberalisierte Weltmarkt für Textil und Bekleidung auf die Lage der Beschäftigten ausgewirkt hat.

■ Die langjährige Mitarbeiterin des deutschen SÜDWIND-Instituts Ingeborg Wick hat eine Studie über „Soziale Folgen des liberalisierten Weltmarkts für Textil und Bekleidung – Strategien von Gewerkschaften und Frauenorganisationen“ verfasst, die als Arbeitsheft Nr. 62 der Otto Brenner Stiftung (OBS) in deutscher und englischer Sprache erschien. Die Studie behandelt die Fragen, wie sich der Liberalisierungsschub im Weltmarkt für Textil und Bekleidung nach dem Ende des Quotenregimes 2004 (Multifaserabkommen) auf die Lage der überwiegend weiblichen Beschäftigten dieser Industrie ausgewirkt hat und welche Maßnahmen diese ergreifen sollten, um ihre Rechte sowohl am Arbeitsplatz als auch übergreifend an den unterschiedlichen Standorten

dieser Industrie besser durchsetzen zu können.

Diese Fragen werden beispielhaft in den Ländern China, Südafrika und Deutschland/EU untersucht, die als „Gewinner-“ bzw. „Verliererländer“ der jüngsten Entwicklung gelten.

Die Länderstudien zeigen in aller Deutlichkeit, wie im Zuge globaler Kostensenkungsstrategien die Arbeitsrechte weitgehend außer Kraft gesetzt werden: Der Abbau von Standorten und Beschäftigung in Deutschland/EU und Südafrika wird bis heute von Unternehmen mit der kostengünstigeren Produktion beispielsweise in China begründet, wo Arbeitsrechte systematisch verletzt werden.

Der Vergleich der Länderstudien mit Blick auf die Lage der Beschäftigten zeigt, dass diese wie im Falle Chinas von steigen-

dem Wachstum der Industrie und der Exporte kaum profitiert haben. Trotz gradueller und qualitativer Unterschiede zwischen den Ländern verdeutlicht der Vergleich ebenso, dass der Liberalisierungsschub ein Anwachsen prekärer Beschäftigung mit sich bringt. ■

Download der Studie unter:
http://www.otto-brenner-shop.de/uploads/tx_mplights-shop/AH62_de_01.pdf.

Letztlich hat der hohe Grad an weiblicher Beschäftigung in der Textil- und Bekleidungsbranche keine grundlegende Verbesserung der Position von Frauen in der Arbeitswelt und der Gesellschaft bewirkt.

Chinesische Arbeiterinnen in einer Jeansfabrik



Für die 20 verfügbaren Plätze im Lehrgang ist der Anmeldeschluß der 25. Mai.

Neuer Lehrgang

„Global denken, global handeln!“

Weltumspannend arbeiten – ÖGB und die entwicklungspolitische Organisation Südwind bieten einen Lehrgang für globale Zusammenarbeit in der internationalen Gewerkschaftsarbeit an.

■ Multinationale Konzerne nutzen globale Strukturen geschickt aus, um ihre Profite immer weiter zu steigern – ArbeitnehmerInnen weltweit zahlen drauf: Schon die Drohung, Produktionen zu verlagern, macht oft Gewerkschaften und ganze Staaten erpressbar. Ein Wettlauf nach unten ist die Folge.

Weltumspannend arbeiten – ÖGB und Südwind arbeiten in dem Projekt „Menschenwürdige Arbeit für menschenwürdiges Leben“ zusammen, um dieser Entwicklung entgegenzutreten. Mit dem Lehrgang „Global denken, global handeln!“ werden GewerkschafterInnen, Betriebsräte und -rätinnen sowie MitarbeiterInnen von NGOs für die

Notwendigkeit globaler Kooperationen sensibilisiert und aktiviert.

„Damit Menschen in Entwicklungs- und Industrieländern nicht unter die Räder kommen, hilft nur eins: Gewerkschaften und NGOs müssen weltweit zusammenarbeiten!“, ist Pia Lichtblau von Weltumspannend arbeiten – ÖGB und Leiterin des neuen Lehrgangs überzeugt. „Wir werden erarbeiten, wie wir globale Strukturen gemeinsam verändern und mit Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern auf der ganzen Welt zusammenarbeiten können, damit letztendlich alle davon profitieren.“

Die TeilnehmerInnen werden durch den Lehrgang unterstützt,

globale Zusammenhänge erkennen, verstehen und hinterfragen zu können. Darauf aufbauend werden in Bezug auf ihre eigenen beruflichen Kontexte Strategien gegen die weltweite Ausbeutung von ArbeitnehmerInnen entwickelt. Die internationale Vernetzung wird durch die Einbindung von spannenden ReferentInnen aus verschiedenen (Entwicklungs-)Ländern und Zusammenhängen gefördert.

Der Lehrgang wird in Strobl am Wolfgangsee abgehalten und besteht aus sieben zweitägigen Modulen, die sich über den Zeitraum September 2010 bis Juli 2011 erstrecken. ■

Detaillierte Informationen und Anmeldung unter www.fairearbeit.at und über Pia Lichtblau, Tel.: 01-53444-39238, pia.lichtblau@oegb.at

Handbuch

Nachhaltige Modeindustrie

Unter dem Motto „Mein Design. Meine Verantwortung.“ erarbeitete die Clean Clothes Kampagne spezielle Angebote für Bildungsinstitutionen im Modebereich.

■ Das neue Handbuch rund um das Thema nachhaltige Mode soll LehrerInnen und MultiplikatorInnen anregen, Themen der sozialen Verantwortung in ihrem Unterricht zu verankern. SchülerInnen und StudentInnen werden als zukünftige DesignerInnen und EntscheidungsträgerInnen im Modebereich auf problematische Aspekte dieser Branche aufmerksam gemacht. Alternativen werden aufgezeigt und gemeinsam neue Möglich-

keiten einer fair gehandelten und ökologisch hergestellten trendigen Mode entwickelt.

Das Handbuch ist in sechs Kapitel gegliedert: Design, Marketing, Business, Interdisziplinäre Methoden, Interaktive Methoden sowie Institutionelle Methoden. LehrerInnen erhalten Impulse von Lehrenden aus Europa und den USA, die ihre Unterrichtserfahrungen mit den Themen Nachhaltigkeit und Ethik teilen. ■

Nachhaltige Mode: Handbuch für LehrerInnen. Wien 2009, 212 Seiten, € 5,-, Bestellungen an: doris.berghammer@suedwind.at, Tel. 01/405 55 15-317.





© Johannes Zimmer

Let's run fair!

Leiberl bekennen

In den letzten drei Jahren machten es über 2.000 Menschen in ganz Österreich: Sie bekannten sich zum „Leiberl“, zum Clean Clothes-Laufshirt aus fairer Produktion.

■ Im Rahmen der Aktion „Let's run fair!“ liefen SpitzensportlerInnen, wie der Weltrekordhalter im 24 Stunden Barfuss-Lauf Dietmar Mücke, und HobbysportlerInnen für die gute Sache und bekannten sich mit den CCK-Laufshirts öffentlich zu der Forderung nach besseren Arbeitsbedingungen in dieser Branche.

Bekennen auch Sie Leiberl und machen Sie laufend mit einem CCK-Laufshirt auf die Ausbeutung von Menschen aufmerksam (Bestellung unter www.cleanclothes.at/bestellung).

Fotos von Ihrem Einsatz

Schicken Sie uns ein Foto von Ihrem Laufeinsatz im CCK-

Shirt. Die besten Einsendungen bekommen einen Clean Clothes-Goody Bag zugesandt. (Schicken an office@cleanclothes.at).

Die vier Schritte zum Clean Clothes-Goody Bag:

1. Bestellen
(www.cleanclothes.at/bestellung)
2. Laufen
3. Fotografieren
4. Einschicken
(office@cleanclothes.at) ■

Das CCK-Team freut sich auf tolle Lauffotos und wünscht viel Ausdauer und Erfolg beim Laufen!

Bangladesch

Tödliche Textilindustrie

21 ArbeiterInnen starben Ende Februar bei einem Fabriksbrand in Bangladesch. Damit hat sich die Zahl der Unfalltoten in der Textilindustrie dieses Landes in den letzten zehn Jahren auf 230 erhöht.

■ Im ersten Stock der Garib & Garib Sweater Factory in Gazipur in Bangladesch verursachte am Nachmittag des 25. Februar ein Kurzschluss einen Brand, der sich rasch auf die anderen Stockwerke der Fabrik ausbreitete, wo leicht entflammbare Stoffe lagerten. In dem Feuer mit starker Rauchentwicklung erstickten 21 ArbeiterInnen, an die 50 Menschen wurden teils schwer verletzt. Sie konnten nicht entkommen, da die Ausgänge versperrt und die Feuerlöschanlagen praktisch funktionsuntüchtig waren.

Am 7. März wurde den Angehörigen der ums Leben gekom-

menen ArbeiterInnen eine Entschädigung von umgerechnet € 2.085 pro Todesopfer ausbezahlt.

Eine vorhersehbare Tragödie

Als nach dieser letzten Katastrophe die bei Garib & Garib produzierenden Unternehmen aus Europa und den USA, darunter auch H&M, von der CCK kontaktiert wurden, gaben sie an, keine strukturellen Sicherheitsmängel bemerkt zu haben. Dies beweise deutlich, so die CCK, die Unzulänglichkeit des Überprüfungs-systems, auf das von der Kampagne schon öfters hingewiesen worden sei.

Vor genau fünf Jahren brach in der Fabrik Spectrum ein verheerendes Feuer aus, bei dem 64 Menschen ums Leben kamen und 80 verletzt wurden. Ein halbes Jahrzehnt später warten viele der Verletzten und Angehörigen der Todesopfer immer noch auf Entschädigungszahlungen.

Take action now – Tun Sie mit!

Die internationale CCK startete sofort eine Urgent Action an die für die Katastrophe (mit-) verantwortlichen Stellen, und zwar an das Unternehmen selbst, an die Regierung in Person des Arbeitsministers, an den Textilunternehmerverband und an H&M.

Der schwedische Konzern wird ersucht, in Zukunft alles Mögliche zu unternehmen, um weitere Tragödien zu vermeiden. ■

Elektronische Protestschreiben können gesendet werden von www.cleanclothes.at.

Seit zehn Jahren fordern die Clean Clothes Kampagne und ihre Partnerorganisationen in Bangladesch eine genaue Inspektion der Sicherheits- und Brandschutzanlagen in den Textilbetrieben des Landes. Doch bis heute sind weder die Regierung noch der Textilunternehmerverband von Bangladesch noch die Käufer dieser Forderung nachgekommen.

Rundbrief

Abschied und Neuanfang

■ Keine personellen Rochaden, nein – nur der Rundbrief wird ab Herbst in neuem Kleid und thematisch umfangreicher erscheinen. Ein Rückblick über zwölf Jahre.

Im April 1998 erblickte der erste Rundbrief der österreichischen Clean Clothes Kampagne das Licht der Öffentlichkeit. Einer vorerst noch kleinen Öffentlichkeit. Zuerst ging es darum, die hinter der Kampagne stehende Idee zu präsentieren und die Zielsetzungen, die wir uns in Österreich und den europäischen Ländern, wo diese Initiative bereits aktiv war, gestellt hatten, glaubwürdig und attraktiv darzulegen. Was offenbar gelang, denn schon im Herbst dieses Jahres starteten wir eine Protestbriefaktion an Adidas, im September wurde die CCK im Rundfunk porträtiert und im Oktober gab es in ganz Österreich eine von der Frauensolidarität organisierte Veranstaltungsreihe mit Gästen aus Nicaragua, Bangladesch, Südkorea und Bulgarien. Das Medienecho überstieg bei weitem unsere Erwartungen.

Steile Aufwärtsentwicklung

In der Nr. 4 des Rundbriefs im Mai 1999 konnten wir bereits die von uns herausgegebene Kampagnenbroschüre „Kleidung aus der Weltfabrik“ vorstellen und es zeigte sich, dass das achtseitige Informations- und Mitteilungsblatt auch



der beste Werbeträger für unsere Aktionen war. Auf einen Aufruf im Rundbrief hin wurden Anfang 1999 120.000 (!) Postkarten an Nike und Adidas geschickt. Und in der Nr. 6 im Mai 2000 riefen wir erstmals zum erfolgreichen Protestmittel der via Internet versandten Urgent Actions auf – und begannen mit dem Aufbau eines entsprechenden Verteilers.

Die Kampagne wuchs und wuchs, und mit ihr auch die Auflage des Rundbriefs. Mit der Nr. 13 im März 2003 stiegen wir auf Vierfarbendruck um und erweiterten den Umfang auf 12 Seiten; die Technologie hatte es möglich gemacht, dass der Preisunterschied zwischen der bisherigen einfachen Herstellung und einem farbigen Bulletin nur sehr gering war. Mit dieser Ausgabe übernahm auch Südwind-Layouter Matthäus Zinner die grafische Gestaltung der Zeitschrift. In ei-

nem Rückblick in dieser Ausgabe auf die ersten Jahre der Kampagne konnten wir zufrieden feststellen, dass unsere Aktivitäten und unser Anliegen europaweit bereits einen hohen Bekanntheitsgrad erreicht hatten und wir immer wieder bei Arbeitskämpfen einen für die ArbeiterInnen positiven Ausgang herbeiführen konnten.

Ein Teil des globalen Kampfes

Von Anfang an war der Rundbrief darauf ausgerichtet, neben den Informationen und Berichten aus Österreich auch Nachrichten über die internationale Kampagne und vom globalen Widerstand gegen die Willkür der Konzerne und vom Kampf für bessere Arbeitsbedingungen in ihren Zulieferbetrieben zu bringen. Wobei die Interviews mit den Gästen aus dem Süden, die auf unsere Einladung hin nach Österreich kamen, eine wichtige authentische Informationsquelle darstellten. Etwa mit zwei Gewerkschafterinnen aus Honduras und einer Arbeitsrechtsaktivistin aus Thailand (Nr. 14), mit einem Gewerkschaftsführer aus Kambodscha (Nr. 26) und zwei chinesischen Gewerkschaftsführerinnen aus Hongkong (Nr. 29) und viele andere mehr. Die Zahl der BezieherInnen des Rundbriefs war mittlerweile auf 15.000 gestiegen.

Die Metamorphose ...

Wie eingangs im Editorial erwähnt, wird der bisherige Rundbrief der Clean Clothes Kampagne ab kommenden Herbst auch das Sprachrohr anderer, doch thematisch eng mit der CCK verbundener Kampagnen werden. Sie können dann sehen bzw. lesen, dass es auch im Bereich Spielsachen oder Computer oder Beschaffungswesen internationale Initiativen gibt, die für faire Arbeitsbedingungen weltweit eintreten. ■

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: typohese.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

