



Arbeits- und Frauenrechte im Discountgeschäft

Aldi-Aktionswaren aus China

Arbeits- und Frauenrechte im Discountgeschäft Aldi-Aktionswaren aus China

von Ingeborg Wick

2009

Impressum:

SÜDWIND

Institut für Ökonomie und Ökumene
Lindenstr. 58-60
53721 Siegburg
Telefon: 02241-259530
Fax: 02241-51308
e-mail: wick@suedwind-institut.de

AutorInnen:

Ingeborg Wick,
Kapitel 5: O.N.

Übersetzerin:

Annette Brinkmann

Layout & Titelgrafik:

Frank Zander

Endkorrektur:

Beate Sokoll

Druck:

Druckerei Brandt, Bonn

Copyright Fotos:

Evangelische Pressestelle Essen, Winfried
Fleischmann, Roland Müller-Heidenreich,
Dominic Kloos, Michael Kottmeier, Frank Zander

Erscheinungsort und -Jahr:

Siegburg 2009.

ISBN 3-929704-41-9

Danksagung:

Das SÜDWIND Institut dankt **InWEnt** für die finanzielle Unterstützung zur Herausgabe dieser Publikation.



Inhalt

1. Einleitung	4
2. Konzentration, Verdrängung, Expansion – Wettbewerb im Einzelhandel und die Folgen für Beschäftigte	7
2.1 Kernelemente des Strukturwandels im Einzelhandel	7
2.2 Kostensenkung durch Discountkonzept	8
2.3 Die Abhängigkeit von Lieferanten	11
2.4 Die Beschäftigten	13
3. Discounterportrait Aldi	15
4. Aktionswaren bei Discountern – Das Beispiel Aldi	21
5. Arbeitsbedingungen bei Aldi-Zulieferern in China	25
Zusammenfassung der China-Studie	25
5.1 Ausgangslage	26
5.2 Untersuchung von sechs Fabriken	30
6. Globale Soziale Rechenschaftspflicht und Aldi	44
7. Handlungsmöglichkeiten	47
7.1 Forderungen an die Adresse von Aldi und Discounter/Unternehmen	48
7.2 Globale Sozialverpflichtung von Aldi bzw. Discounter/Unternehmen	49
7.3 Informations- und Öffentlichkeitsarbeit	51
8. Serviceteil	52
8.1 Literaturverzeichnis	52
8.2 Abkürzungen	54
8.3 Währungsangaben	54
8.4 Liste ausgewählter ILO-Konventionen	55
8.5 Glossar	55
8.6 Kontaktadressen	57



1. Einleitung

»Die Lebensmitteldiscounter stehen am Scheideweg« – »Erdbeben im Lebensmitteleinzelhandel« – »Discounter nicht zukunftsfähig«. Nach einer Studie der Gesellschaft für Konsumforschung und der Unternehmensberatung Accenture von Mitte 2008 gewinnen Discounter wie Aldi, Lidl oder Penny kaum noch neue KundInnen und müssen sich künftig auf rückläufige Geschäfte einstellen. Der Marktanteil der Discounter sei 2007 nur noch um 0,7% – von 42,5% auf 43,2% – gestiegen, im Unterschied zu einer jährlichen Steigerungsrate von 1,7% in den Jahren 2000–2006. Den Hauptgrund für diese Entwicklung sehen die KonsumforscherInnen im demografischen Wandel. Die alternde Bevölkerung bevorzuge Betriebsformen im Einzelhandel, die einen größeren Komfort böten als Discounter. Aufgrund des Rückgangs der Flächenproduktivität von Discountern werde der Anteil von Discountern am Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland in wenigen Jahren sogar noch stärker zurückfallen.

Doch es gibt auch andere Stimmen. Aufgrund der weltweiten wirtschaftlichen Rezession und der wachsenden Geldknappheit von VerbraucherInnen steigen die Chancen von Billiganbietern, so ein Handelsexperte von Planet Retail im Herbst 2008. Tatsächlich belegen jüngste Entwicklungen diese Einschätzung.

Im Jahr der sozial verheerenden Immobilienkrise in den USA 2008 ist es Aldi zum Beispiel gelungen, dort 100 neue Filialen zu eröffnen – eine Verdoppelung gegenüber 2006. Aldi bietet in nunmehr 1000 Läden Discountprodukte für 15 Millionen KundInnen an. Im Mutterland des Einzelhandelsunternehmens Wal-Mart ist diese Entwicklung mehr als bemerkenswert: Mit seiner Politik unter dem Slogan »Immer niedrige Preise« ist doch seit einigen Jahren Wal-Mart zum größten Unternehmen der Welt aufgestiegen. Im Unterschied zur Aldi-Gruppe, die 2007 erstmals in der Unternehmensgeschichte einen Umsatzrückgang verzeichnete, erreichte Lidl im vergangenen

Jahr große Umsatzsteigerungen und weist eine höhere internationale Länderpräsenz auf als sein Hauptrivale. In der Anpassung an neue Verbrauchertrends hatte Lidl ebenso die Nase vorn: Die Erhöhung der Anzahl von Markenprodukten oder das Angebot von Produkten des fairen Handels z.B. waren Trends, die Lidl vorgab und andere Discounter wie Aldi nun nachahmen.

Auch das Unternehmen Tengelmann mit den Discountern KiK und Plus verzeichnete mit einer Steigerungsrate von 17,6% ein überdurchschnittliches Umsatzwachstum, so wie auch die Textildiscounter Zeeman, NKD und Takko.

Tatsächlich dürfte der Hauptgrund für eine Ausweitung des Discountgeschäfts in den kommenden Jahren in den sozialen Spaltungen und wachsenden Verarmungsprozessen liegen, die sich vor allem in den Entwicklungsländern, aber auch in Industrie- und Schwellenländern aus der weltweiten Finanzkrise und der Wirtschaftsrezession seit 2008 ergeben.

Die Internationale Arbeitsorganisation (ILO) hat in ihrem »Bericht über die Arbeitswelt 2008« festgestellt, dass der globale wirtschaftliche Abschwung die Bevölkerungsgruppen mit niedrigem Einkommen unverhältnismäßig hart treffen wird, nachdem es bereits in der jüngsten wirtschaftlichen Expansionsphase in der Mehrheit der Länder zu einer wachsenden sozialen Ungleichheit gekommen war. In den letzten zwei Jahrzehnten – so die ILO – sei es in ca. zwei Drittel der Länder mit gesicherter Datenlage zu einer Abnahme der Lohnquote, d.h. des Anteils der Löhne am Bruttoinlandsprodukt, gekommen. Darüber hinaus schätzt die ILO, dass aufgrund der weltweiten Finanzkrise ca. 20 Millionen Menschen ihre Arbeit verlieren werden. Durch die Steigerungen von Nahrungsmittelpreisen in den Jahren 2006–2008 ist die Armut in zahlreichen Ländern der Erde drastisch gestiegen, wodurch das UN-Millenniumsziel Nr. 1 einer Halbierung der extremen

Armut bis 2015 in immer weitere Ferne rückt. Auch die 1999 formulierte ILO-Agenda einer menschenwürdigen Arbeit, deren Konzept neben der Schaffung von Arbeitsplätzen und der Umsetzung von Arbeitsrechten auch die Existenz sozialer Sicherungssysteme und eines Sozialdialogs beinhaltet, ist durch die jüngsten Entwicklungen ernsthaft gefährdet.

Trotz einiger Erfolge in der Bekämpfung der Frauendiskriminierung hat die weltweite Armut immer noch ein weibliches Gesicht: Zwei Drittel der Armen sind Frauen – eine Folge ihrer Benachteiligung auf den Arbeitsmärkten und in der Gesellschaft.

Es liegt auf der Hand, dass mit dem Wachsen sozialer Not für einen immer größeren Teil der Weltbevölkerung die Durchsetzungsbedingungen für eine Einzelhandelspolitik der »Kostensenkung um jeden Preis« erleichtert werden. Inmitten wachsender Arbeitslosigkeit werden Arbeitskräfte in Discountfilialen und globalen Zulieferfabriken unmenschliche Arbeitsbedingungen verstärkt akzeptieren, um ein Einkommen zu haben; und die Bereitschaft der VerbraucherInnen in Industrie- und Schwellenländern wird weiter steigen, ihren Konsumbedarf bei Discountern zu decken, da sich auch hier der Anteil von Armen und NiedriglohnbezieherInnen erhöht.

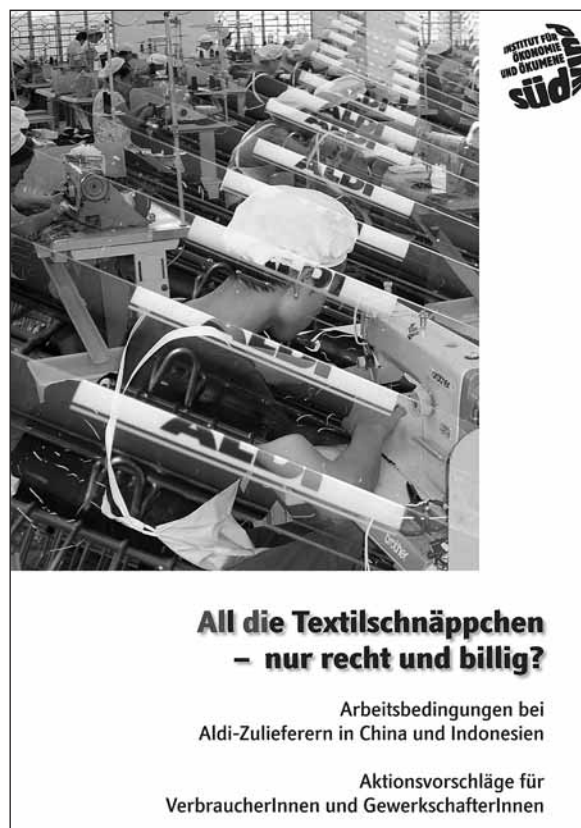
Das Discountkonzept ist heute in vielen Bereichen unserer Wirtschaft fest verankert. Über die Lebensmittelbranche hinaus, in der Aldi 1960 mit dem ersten Discountladen Geschichte machte, gibt es zum Beispiel Discount-Apotheken, Discount-Geldanlagen, Discount-Flugreisen oder Discounttarife für Handys, die von einer Vielzahl von Dienstleistungsunternehmen angeboten werden.

Ein Schlüsselement zur Expansion des Schnäppchenprinzips, das zur Regel wurde, sind die sog. Aktionswaren, mit denen Lebensmitteldiscounters seit vielen Jahren dem Fachhandel anderer Branchen den Rang abgelaufen haben. Mit einigen dieser Aktionswaren wie z.B. Computern oder Textilien rückten Discounter wie Aldi, Lidl und KiK in Spitzenpositionen im deutschen Einzelhandel vor. Dies gelang nur um den Preis der Verdrängung

von Konkurrenten, der Internationalisierung der Beschaffung und der Aushöhlung von Arbeitsrechten. Aufgrund seiner Bedeutung für die wachsende Marktmacht von Discountern wird dem Produktsegment »Aktionswaren« deshalb in der vorliegenden Publikation eine besondere Beachtung geschenkt.

Nicht zufällig ist China das Beschaffungsland für zahlreiche Aktionswaren von Lebensmittel Einzelhandelsunternehmen und steht deshalb auch im Zentrum dieser Broschüre. Seit Beginn der Liberalisierung vor 30 Jahren ist das Reich der Mitte hinsichtlich seiner arbeitsintensiven verarbeitenden Industrie immer mehr zu einem Hauptlieferanten der Industrieländer geworden. Seine internationale Wettbewerbsfähigkeit hat das Land durch eine staatlich geförderte Modernisierung von Industrie und Infrastruktur sowie eine systematische Aushebelung von Menschen- und Arbeitsrechten erreicht. Erst in der jüngsten Vergangenheit – z.B. über die Inkraftsetzung des Arbeitsvertragsgesetzes im Januar 2008 – mehren sich die Anzeichen dafür, dass die

Titelblatt der SÜDWIND-Studie 2007



Rechte von Beschäftigten und die Frage der sozialen Gerechtigkeit stärker in das Zentrum des Handelns von Staat, Partei und Wirtschaft gerückt werden sollen. Ob dies tatsächlich gelingt und die Beschäftigten in ihrem Alltag davon profitieren, wird die Zukunft zeigen. Die Erstellung der vorliegenden Publikation durch SÜDWIND und PartnerInnen in China versteht sich als Beitrag zu einer Entwicklung, durch die der arbeitenden Bevölkerung in China und Beschäftigten in chinesischen Zulieferbetrieben deutscher Unternehmen zur Umsetzung grundlegender Arbeitsrechte verholfen werden soll.

Wie auch im Fall der im Mai 2007 veröffentlichten ersten SÜDWIND-Publikation zu Aldi »All die Textilschnäppchen – nur recht und billig? ...«, mussten für die neue Studie aus Sicherheitsgründen die Namen der interviewten chinesischen Beschäftigten, Fabriken und VerfasserInnen anonymisiert werden. SÜDWIND sieht sich in dieser Schutzmaßnahme durch Fälle wie den gewalttätigen Übergriff gegen Menschen- und ArbeitsrechtsaktivistInnen in Südchina Ende 2007 bestärkt. Eine Ahndung dieser Repressionsmaßnahme stehen leider immer noch aus.

Die Praxis der Anonymisierung von beteiligten Fabriken und Personen dürfte die Unternehmensgruppe Aldi nicht daran hindern, die Zulieferer zu identifizieren und einen Prozess der Verbesserung seiner Beschaffung von Aktionswaren einzuleiten, wie die Erfahrung von SÜDWIND und der Kampagne für Saubere Kleidung (Clean Clothes Campaign = CCC) in den letzten Jahren gezeigt hat. Vielmehr unterstreicht dieses Vorgehen die Notwendigkeit, für die in der Publikation exemplarisch untersuchten Fälle einen strukturellen Lösungsansatz zu finden.

Die Reaktion von Aldi auf die Enthüllungen der ersten Aldi-Studie vom Mai 2007 kann dem Anspruch eines solchen Ansatzes leider nicht genügen. Zwar ist es durchaus begrüßenswert, dass Aldi seine Politik der Verschwiegenheit punktuell aufgegeben und öffentliche Stellungnahmen zu einer Verantwortung gegenüber den Beschäftigten in globalen Zulieferfabriken abgegeben hat. Diese Maßnahmen

und Aldis Beitritt zur »Unternehmensinitiative für soziale Verantwortung« (Business Social Compliance Initiative = BSCI) Anfang 2008 sind jedoch eher symbolischer Natur. Die BSCI hat erhebliche Strukturschwächen, durch die sie die systematische Außerkräftsetzung von Arbeitsrechten in den Beschaffungsketten ihrer Mitgliedsunternehmen nicht wird beheben können. Hierfür sind umfassendere Verpflichtungen für Unternehmen notwendig, vor allem sanktionsbehafte rechtliche Schritte, zu deren Ingangsetzung die vorliegende Publikation einen Beitrag leisten will.

Im Zentrum der Publikation steht die Studie über Arbeitsbedingungen in sechs Zulieferfabriken von Aldi im Perlflossdelta in Südchina, in denen die überwiegend weiblichen Beschäftigten Elektronik- und Haushaltsgeräte, Kosmetika und Textilien (d.h. »Aktionswaren«) für die Unternehmensgruppe herstellen. In weiteren Kapiteln werden der Strukturwandel im Einzelhandel, das Discountgeschäft von Aldi und der Handel mit Aktionswaren sowie Handlungsmöglichkeiten näher beleuchtet.

Zu einzelnen Branchen wie der Textil- und Bekleidungsindustrie, der IT-Industrie u.ä. hat es in der jüngsten Vergangenheit länderübergreifende Kampagnen von Nichtregierungsorganisationen und Gewerkschaften gegeben, die das öffentliche Bewusstsein über die Verantwortung multinationaler Unternehmen für Arbeitsrechtsverletzungen in ihren globalen Produktions- und Beschaffungsketten geschärft haben. Die internationale CCC mit ihrem Netzwerk von zahlreichen Partnerorganisationen in Entwicklungs- und Transformationsländern plant ab 2009 eine groß angelegte Kampagne zu den Discount- und Handelsunternehmen Aldi, Lidl, Wal-Mart, Carrefour und Tesco, um deren Beschaffungspraxis zu problematisieren.

Dabei ist jedoch auch unverkennbar, dass vor dem Hintergrund der begrenzten Wirkung freiwilliger Selbstverpflichtungen von Unternehmen immer mehr zivilgesellschaftliche Gruppen und Bündnisse den Lösungsweg rechtsverbindlicher Schritte politischer EntscheidungsträgerInnen in den Vordergrund stellen.

2. Konzentration, Verdrängung, Expansion – Wettbewerb im Einzelhandel und die Folgen für Beschäftigte

2.1 Kernelemente des Strukturwandels im Einzelhandel

Der Einzelhandel hat in den letzten Jahrzehnten einen tiefgreifenden Strukturwandel erfahren, dessen Kernelemente mit den Begriffen »Konzentration«, »Verdrängung« und »Expansion« bezeichnet werden können. Eine Konzentra-

tion fand auf der Ebene des Unternehmens (»vertikal« durch die Zusammenlegung von Groß- und Einzelhandel sowie »horizontal« durch Fusionen von Unternehmen) statt. Dieser Konzentrationsprozess wurde durch neue

Abbildung 01:
Die Top 20 Handelsunternehmen der Welt 2007

Quelle: EHI 2008: 72/73

Rang	Unternehmen	Anzahl Verkaufsstellen	Umsatz Mio. €	Präsenzländer
1	Wal-Mart (US)	6.962	286.810	AR, BR, CA, CN, CR, GB, GT, HN, JP, MX, NI, PR, SV, US
2	Carrefour (FR)	13.400	103.665	AE, AR, BE, BR, CH, CN, CO, CY, DO, DZ, EG, ES, FR, GP, GR, ID, IT, JO, KW, MQ, MY, NC, OM, PF, PL, PT, QA, RE, RO, SA, SG, SK, TH, TN, TR, TW
3	Tesco (GB)	3.827	76.020	CN, CZ, GB, HU, IE, JP, KR, MY, PL, SK, TH, TR, US
4	Metro Group (DE)	1.654	75.089	AT, BE, BG, CH, CN, CZ, DE, DK, ES, FR, GB, HU, HR, GR, IN, IT, JP, LU, MA, MD, NL, PK, PL, PT, RO, RS, RU, SE, SK, TR, UA, VN
5	Ahold (NL)	6.083	54.028	CZ, EE, LT, LV, NL, NO, SE, SK, US
6	Kroger (US)	3.680	53.817	US
7	Seven & I (JP)	21.869	51.497	AU, CA, CN, JP, MY, MX, PR, TR, US
8	Costco (US)	518	50.941	CA, GB, JP, KR, MX, PR, TW, US
9	Schwarz-Gruppe (DE)	8.560	50.597	AT, BE, BG, CZ, DE, DK, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IT, LU, NL, NO, PL, PT, RO, SE, SI, SK
10	Target (US)	1.591	50.492	US
11	Aeon (JP)	11.816	47.297	CA, CN, GB, HK, JP, KR, MY, TH, TW, US
12	Aldi (DE)	8.538	47.027	AU, AT, BE, CH, DE, DK, ES, GB, FR, IE, LU, NL, PT, SI, US
13	Auchan (FR)	2.526	45.667	AO, CN, ES, FR, HU, IT, LU, PL, PT, RO, RU, TW
14	Sears (US)	3.213	43.893	CA, PR, US
15	Walgreens (US)	5.942	42.853	PR, US
16	Rewe-Gruppe (DE)	11.424	42.370	AT, BG, CH, CZ, DE, FR, HR, HU, IT, PL, RO, RU, SK, UA
17	Casino (FR)	8.225	41.469	AE, AR, BE, BH, BJ, BR, CG, CH, CM, CO, DE, FR, GA, GF, GP, KM, LB, LT, LV, MA, MG, MQ, MU, NL, NC, RE, SA, SN, TG, TH, TN, UY, VE, VN
18	Edeka (DE)	12.613	36.378	AT, DE, DK
19	CVS (US)	6.301	34.664	US
20	Safeway (US)	1.880	33.819	CA, MX, US

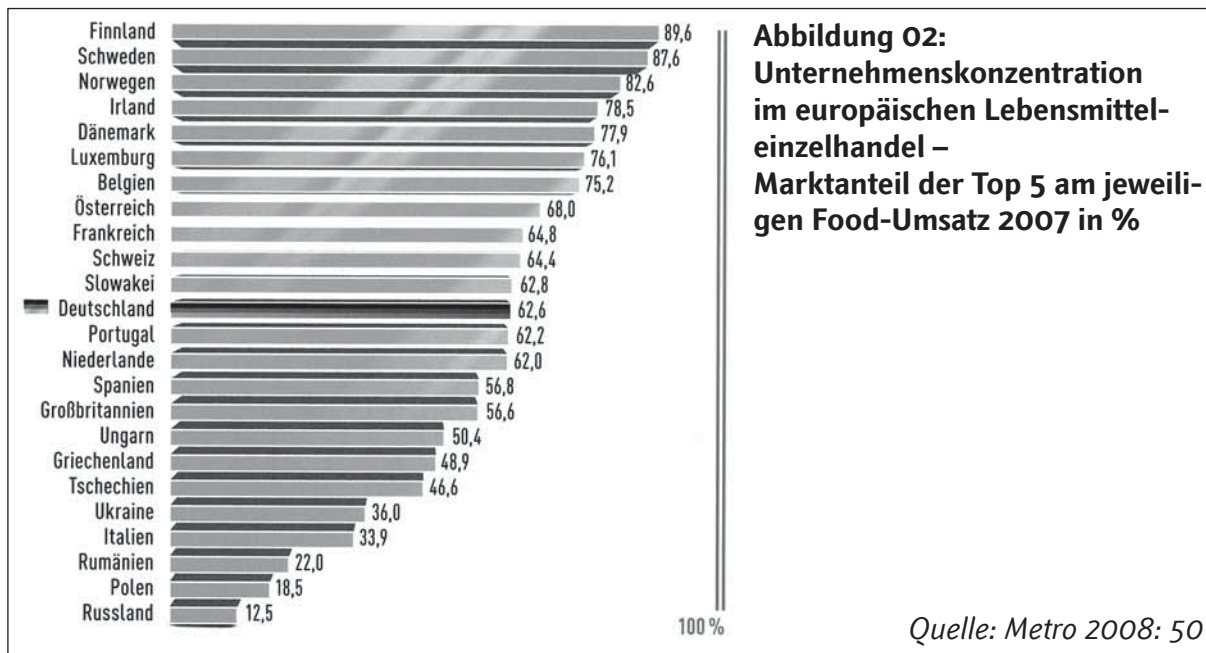


Abbildung O2:
Unternehmenskonzentration
im europäischen Lebensmittel-
einzelhandel –
Marktanteil der Top 5 am jeweili-
gen Food-Umsatz 2007 in %

Betriebsformen (wie z.B. Discounter) und eine veränderte Arbeitsteilung mit Herstellern bzw. Lieferanten gefördert. Die Konzentration bedeutete eine größere Marktmacht und eine Verdrängung von schwächeren Konkurrenten. Ferner expandierte der Einzelhandel in neue Branchen, Regionen und Länder, indem er dort seine direkte Präsenz oder globale Beschaffungssysteme auf- und ausbaute.

Durch ihre Marktdominanz steuern heute zahlreiche multinationale Einzelhandelsunternehmen globale Produktions- und Lieferketten, indem sie sich Unterschiede in den Kosten, Ressourcen und der Logistik an den unterschiedlichen Standorten der Kontinente zunutze machen.

Voraussetzung für diese Entwicklungen war die Öffnung nationaler Märkte durch die Liberalisierungspolitik von GATT und WTO sowie die informationstechnologischen Neuerungen. Integraler Bestandteil des Konzentrations- und Verdrängungswettbewerbs ist eine Auflösung arbeits- und sozialrechtlich geschützter Beschäftigungsverhältnisse und ein Anwachsen der prekären Arbeit für immer mehr ArbeitnehmerInnen in den Industrieländern sowie eine Ausweitung der informellen Arbeit in den Ländern des globalen Südens.

Aufgrund der geschlechtsspezifischen Arbeitsteilung sind Frauen von diesen Prozessen ungleich stärker betroffen als Männer.

2.2 Kostensenkung durch Discountkonzept

Seit vier Jahrzehnten ist der internationale Siegeszug der Discount-Geschäftspolitik nahezu ungebremst. Unter den weltweit führenden Handelsunternehmen befinden sich deshalb nicht zufällig zahlreiche Discounter bzw. Unternehmen mit einer bedeutenden Discountsparte. Denn im Vergleich zu anderen Betriebsformen im Einzelhandel ermöglicht

das Discount-Geschäft Einsparungen bei Sach- und Personalkosten in bis dahin ungeahntem Ausmaß.

Das 1960 von Aldi in Deutschland eingeführte Discountkonzept sah ein begrenztes Kernsortiment von Basisartikeln des täglichen Bedarfs, eine relativ kleine Verkaufsfläche in Stadtzentren, eine schmucklose Präsentation

Abbildung 03:**Leistungs- und Kostenkennziffern der Lebensmittelfilialbetriebe 2007**

Quelle: EHI: 315

	Kleine LEH- Geschäfte	Supermärkte	Große Super- märkte	SB-Waren- häuser	Discounter
Verkaufsfläche je Verkaufsstelle (qm)	371	1.204	3.575	6.383	587
Nettoumsatz je Verkaufsstelle (Tsd. €)	1.440	4.280	14.430	27.240	2.850
Flächenproduktivität ¹ (€/qm)	3.881	3.554	4.036	4.267	4.851
Zahl der beschäftigten Personen ²	9,5	23,8	51,8	82,4	6,9
Zahl der Kassen	2,6	5,5	9,1	15,5	2,5
VKF-Anteil Food + Nonfood I (%)			50,0	48,0	
VKF-Anteil Nonfood II (%)			50,0	52,0	
Umsatzanteil Food + Nonfood I (%)	97,9	93,3	90,8	81,5	92,6
Umsatzanteil Nonfood II (%)	2,1	6,7	9,2	18,5	7,4
Personalkosten (% v. Nettoumsatz)	19,4	13,9	12,6	11,1	6,9
Raumkosten (% v. Nettoumsatz)	7,9	6,5	8,3	5,8	5,0
Sonstige Kosten (% v. Nettoumsatz)	5,3	4,5	4,2	3,5	2,0
Lagerbestand je qm VKF	150,5	342,8	786,7	2.147,0	122,0
Lagerdauer in Tagen	38,3	29,3	20,0	28,8	15,7
Lagerumschlag	9,6	12,5	18,3	12,7	23,4
Durchschnittlicher Einkaufsbon in €	8,4	12,0	20,1	26,8	10,8
Zahl der Kunden pro Tag	570	1.190	2.390	3.380	880

Auf Basis des Nettoumsatzes. ² Umgerechnet auf Vollzeitbasis.

von Waren, einen geringen Personalaufwand und Service, einen hohen Arbeitsdruck der Beschäftigten mit verbreiteten gewerkschaftsfeindlichen Praktiken sowie eine fast ausschließliche Verwendung von Eigenmarken vor. Dieses Konzept garantierte eine enorm hohe Durchlaufgeschwindigkeit der Produkte und Produktivität, wie die **Abbildung 03** in ihren einzelnen Elementen zeigt. So beträgt die Arbeitskostenquote an den Gesamtkosten von Discountern lediglich 6,9% – im Unterschied zu 13,9% in Supermärkten.

Der Erfolg des Aldi-Discountgeschäfts rief in den folgenden Jahren zahlreiche Wettbewerber auf den Plan (Lidl, KiK u.a.), unter denen die Konkurrenz um Marktanteile und inhaltliche Konzepte ständig wuchs. Jüngstes Beispiel für den Wettkampf um die Marktmacht ist der Zusammenschluss der Discount-Handelsketten Netto (Edeka) und Plus (Tengelmann) zu dem nach Aldi und Lidl drittgrößten deutschen Discounter »Netto-Marken-Discount«. Diesen Zusammenschluss hatte das Bundeskartellamt

Mitte 2008 unter den Auflagen genehmigt, dass:

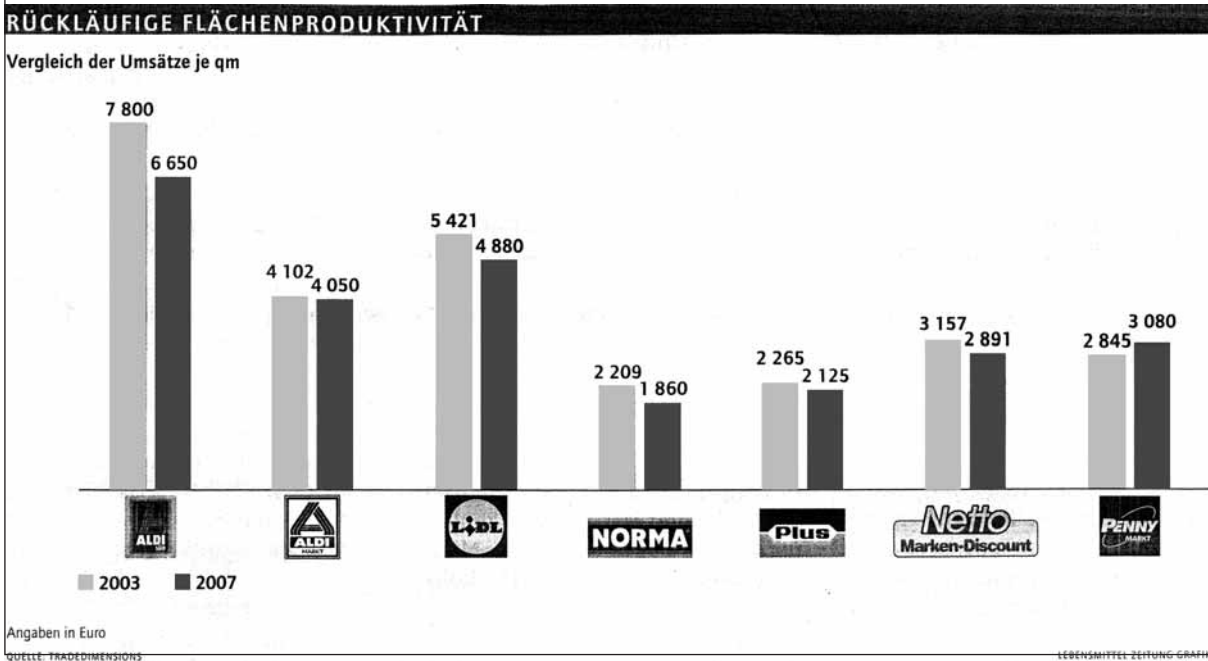
- 378 der 2900 Plus-Filialen an einen oder mehrere Wettbewerber verkauft werden müssen, und
- die geplante Einkaufskooperation der Mutterkonzerne Edeka und Tengelmänn verboten wurde, wodurch die Warenlieferanten vor einem allzu übermächtigen Geschäftspartner gebremst werden sollen (s.u.).

Da bereits heute in Deutschland ca. 90% des Marktvolumens auf nur sechs Anbieter entfallen – Edeka, die Schwarz-Gruppe (Lidl und Kaufland), Aldi, Rewe, Metro und Tengelmänn – hatte das Bundeskartellamt noch einige Monate zuvor eine Fusion abgelehnt.

Obwohl der Einzelhandel in Deutschland in den letzten Jahren generell nur geringe Zuwächse verzeichnete bzw. stagnierte – von Ausnahmen einzelner Unternehmen abgesehen – ist die Verkaufsfläche dennoch immer

Abbildung 04:
Rückläufige Flächenproduktivität

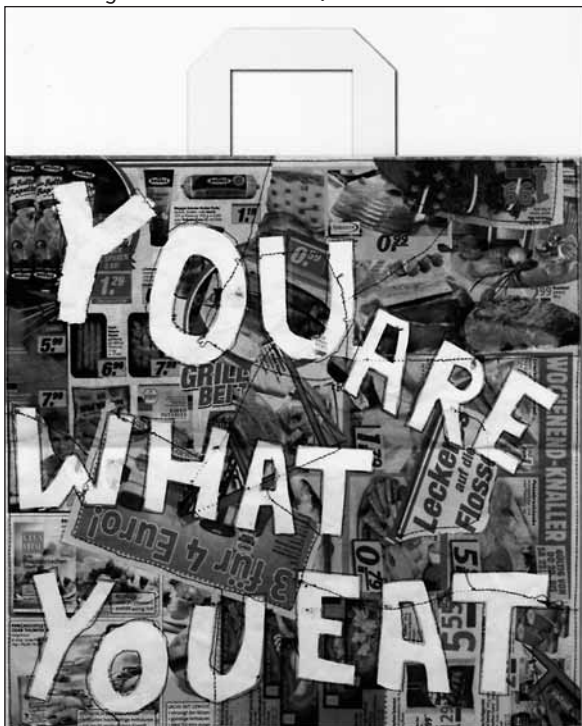
Quelle: LZ 20.6.08



weiter angestiegen. Während dieser Zuwachs in den Jahren 2005 und 2006 jeweils ca. 1 Mio. Quadratmeter betrug, belief er sich 2007 auf 1,6 Mio. Quadratmeter. Insgesamt verzeichnet Deutschland 120 Mio. Quadratmeter Verkaufs-

fläche im Einzelhandel. Die Ausweitung der Fläche hat jedoch angesichts der allgemeinen Konsumflaute zur Folge, dass die Flächenproduktivität der meisten Einzelhändler sank. Für die Discountersparte illustriert **Abbildung 04** diesen Zusammenhang.

You are what you eat (Nils Grube; 1. Preis ver.di Gestaltungswettbewerb 2006)

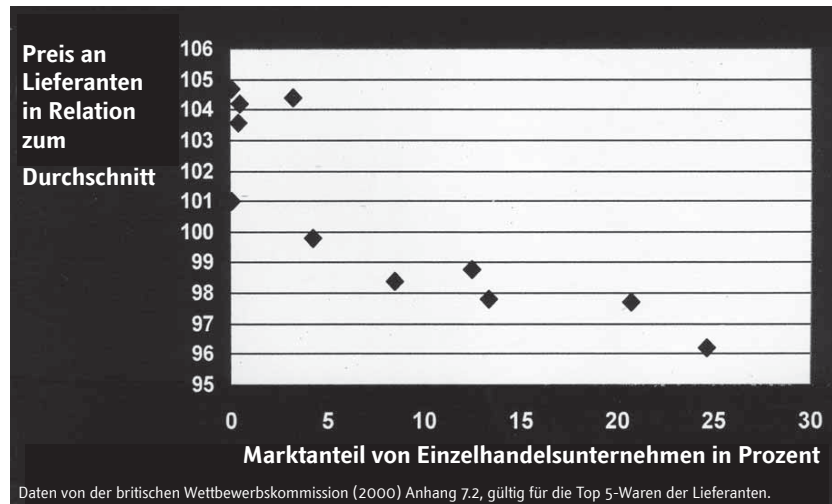


Das als »Hard Discount« von Aldi eingeführte Konzept (s. Glossar) wurde im Zuge der sozio-ökonomischen Entwicklung und steigenden Konkurrenz fortentwickelt. Angestoßen durch den Ende der 1970er Jahre gegründeten Lidl-Konzern werden z.B. heute in Discountläden verstärkt Markenwaren und eine größere Sortimentsbreite für eine zahlungskräftige Mittelschicht angeboten. Mit dem wachsenden VerbraucherInnenbewusstsein für Bioprodukte und den fairen Handel haben Discounter in der jüngsten Vergangenheit auch entsprechende Waren in ihr Sortiment aufgenommen. Tatsächlich ist die größte Einzelgruppe der KundInnen von Aldi die der Besserverdienenden (Wick 2007b: 19).

2.3 Die Abhängigkeit von Lieferanten

Da große Mengen und spezifische Qualitäten des Warenbezugs von Einzelhandelskonzernen nur von bestimmten Lieferanten garantiert werden können, wird die Produktion oft auf die Vorgaben des Handels ausgerichtet. So entstehen Abhängigkeiten der Lieferanten von Handelsunternehmen, die sich mit deren wachsender Marktmacht als Preisdruck zunehmend negativ auswirken, wie **Abbildung 05** zeigt.

**Abbildung 05: Massenbeschaffung:
Günstigere Bedingungen von Lieferanten erhalten**



Quelle: Vorley 2007

Das folgende Beispiel illustriert darüber hinaus, wie die Einkaufspraktiken und der Druck von Großunternehmen wie Carrefour z.B. gegenüber Lieferanten in Indonesien im Einzelfall konkret aussehen können. Diese Einkaufspraktiken waren Gegenstand eines indonesischen Gerichtsverfah-

rens aufgrund von Verstößen gegen das Gesetz gegen Monopolbildung und unlauteren Wettbewerb. Das Verfahren endete 2007 mit einer Entscheidung, nach der Carrefour zu einer Geldstrafe von 1,7 Mio. US \$ verurteilt wurde (Wiyaya 2007):

Die Abhängigkeit von Lieferanten: Das Beispiel Carrefour in Indonesien



Nach dem zitierten Gerichtsurteil hat Carrefour über seine Einkaufspraktiken einen massiven Druck auf lokale Lieferanten ausgeübt. So mussten sich diese z.B. schriftlich dazu verpflichten, Produkte nicht zum selben Preis an andere Einzelhändler zu verkaufen. In den Lieferantenverträgen wurden sie weiterhin gezwungen, eine Geldsumme für evtl. Nachlieferungen bei Carrefour zu hinterlegen, durch die Lieferungen an andere Händler verhindert werden sollten. In einem Fall, den das Gericht untersucht hatte, musste ein kleiner Lieferant fast 4.000 € zahlen, wodurch seine finanziellen Kapazitäten restlos ausgeschöpft waren und für weitere Lieferungen nicht zur Verfügung standen. Auch verlangte Carrefour Indonesien von sei-

nen Lieferanten eine Garantieerklärung dafür, dass diese dem Unternehmen den niedrigsten Preis anboten, andernfalls sie mit Strafmaßnahmen zu rechnen hatten. Carrefour Indonesien hatte darüber hinaus von Lieferanten Anfangs- und Werbegebühren, feste Rabatte und zahlreiche Strafzahlungen verlangt. Diese Praktiken führten dazu, dass das Gericht Carrefour Indonesien wegen des Missbrauchs seiner Marktmacht zu Lasten der lokalen Lieferanten verurteilte.

Nach Aussagen von Prof. Wijaya hat Carrefour Indonesien seither seine Einkaufspraxis gegenüber seinen lokalen Zulieferern nicht geändert. Die abnehmende Nachfrage nach Produkten auf den traditionellen Märkten zwingt diese, Carrefour Indonesien weiter zu beliefern (Wiyaya 2007).

Ein weiteres Beispiel stellt die Abhängigkeit von Lieferanten von Handelsunternehmen in Deutschland dar, die das Bundeskartellamt im Jahr 2008 näher untersucht und zur Grundlage seiner Entscheidung zum Fusionsverfahren von Netto und Plus (s.o.) gemacht hat.

Das Bundeskartellamt zur Abhängigkeit der Lieferanten von Handelsunternehmen

In seinem Beschluss vom 30.6.08 führt das Bundeskartellamt die Ergebnisse seiner jüngsten Befragung von Lieferanten zu erwarteten Veränderungen bei Lieferbedingungen im Fall einer Fusion von Edeka und Tengelmann (Plus) auf (*Bundeskartellamt 2008*).

Bzgl. Rabattforderungen gaben dabei 76 der 82 befragten Lieferanten an, dass sie verschlechterte Bedingungen erwarteten. Was die Durchsetzungsmöglichkeit von Kostensteigerungen auf der Herstellerseite anbetrifft, waren 67 der Befragten der Ansicht, dass sich diese durch eine Fusion verschlechtern werde. Bei den Risiken der Auslistung erwarteten 46 der Befragten negative Folgen und 34 gleichbleibende Bedingungen. In Bezug auf das Abnahmevolumen erwarteten lediglich 18 Lieferanten Verbesserungen. Insgesamt 68 der Befragten erwarteten Rabattnachforderungen für zurückliegende Zeiträume.

Vom Bundeskartellamt in gleichem Zug zu ihren konkreten Erfahrungen mit veränderten Lieferbedingungen nach dem Zusammenschluss von Edeka und Spar im Jahr 2005 gefragt, äußerten sich die Lieferanten folgendermaßen:

60 Lieferanten hatten bei Rabattforderungen Verschlechterungen erlebt, 54 Befragte machten schlechte Erfahrungen mit der Durchsetzungsmöglichkeit von Kostensteigerungen auf der Herstellerseite, und bei 28 Lieferanten hatten sich die Bedingungen bzgl. des Abnahmevolumens verschlechtert. Eine große Mehrheit von ihnen (66) war nach der Fusion 2005 Rabattnachforderungen ausgesetzt.

Zusammenfassend stellt das Bundeskartellamt zur Abhängigkeit der Lieferanten von Lebensmitteleinzelhändlern fest:

*»Der Lebensmitteleinzelhandel bildet einen Flaschenhals (bzw. ein Nadelöhr) für den Absatz der Lieferanten. (...) Je größer das Abnahmevolumen eines Lebensmitteleinzelhändlers, desto günstiger sind in der Regel die **Einkaufskonditionen**, die dem Handelsunternehmen von seinen Lieferanten eingeräumt werden. Günstige Einkaufskonditionen können wiederum dafür genutzt werden, **die Marktposition auf dem Handelsmarkt für weiteres – internes oder externes – Wachstum auszubauen**. Die hierdurch erreichte weitere Vergrößerung des Einkaufsvolumens schlägt sich wiederum in einer weiteren **Verbesserung der Einkaufskonditionen** nieder. Die Handelsunternehmen können diesen strukturellen Vorteil nutzen, um durch eine besonders aggressive Marktstrategie kleine Wettbewerber anzugreifen und aus dem Markt zu drängen sowie mögliche Verstöße von Wettbewerbern effektiver und mit geringeren Gewinneinbußen abzuwehren. Tritt ein solcher sog. »Spiraleffekt« ein, so führt er zu einer immer stärkeren Konzentration sowohl auf den Absatz-, aber auch auf den Beschaffungsmärkten. **Kurzfristig können zwar Endverbraucher von diesem Prozess profitieren**, da es in der Phase des intensiven (Verdrängungs-) Wettbewerbs zu niedrigen Preisen kommen kann. Dies wird jedoch nur so lange andauern, bis eine Struktur erreicht ist, die zu einem deutlichen Nachlassen der Wettbewerbsintensität führt. Spätestens dann ist eine Rücksichtnahme auf den Endverbraucher nicht mehr erforderlich, da dieser keine ausreichenden Einkaufsalternativen mehr hat.« (*Bundeskartellamt 2008: 103–104*)*

Bisher existiert auf EU-Ebene lediglich eine Gesetzgebung zur Wettbewerbsbeschränkung im Herstellerbereich, durch die Monopolbildungen verhindert werden sollen. Lediglich in einigen Mitgliedsländern wurden in den letzten Jahren Gesetze geschaffen, die Fragen der Beziehungen zwischen Einkaufsunternehmen und Lieferanten betreffen.

In Deutschland z.B. wurde das Wettbewerbsrecht im Juni 2005 dahingehend geändert, dass nun große Unternehmen ihre Marktmacht nicht dazu nutzen dürfen, um ihren Lieferanten ungerechtfertigte Sonderbedingungen ab-

zuverlangen. Im April 2007 wurde ein neues Gesetz verabschiedet, nach dem Supermärkte Nahrungs- und Genussmittel nicht unter dem Großhandelspreis verkaufen dürfen.

In Frankreich existiert seit 1996 das Gesetz »Galland«, nach dem der Verkauf von Waren unter dem Einstandspreis verboten wurde. Ein Ergänzungsgesetz (Gesetz »Dutreil II«) von 2005 begrenzte die Praxis von Nachzahlungen und Extra-Servicekosten durch Lieferanten gegenüber Handelsunternehmen. Lieferverträge müssen demnach auch alle Preisbedingungen nennen, so dass versteckte Abzüge ausgeschlossen werden. Zudem wurden in diesem Gesetz neue Verfahren zur Ahndung von Verstößen festgelegt.

In Großbritannien hat die »Wettbewerbskommission« im Jahr 2000 einen detaillierten Bericht über Einkaufsbedingungen von Handelsunternehmen gegenüber Lieferanten veröffentlicht. Darin führte sie 52 wettbewerbschädliche Praktiken auf und empfahl, dass die vier großen Supermarktketten einen Verhaltenskodex im Blick auf ihre Lieferanten einhalten sollten. Aufgrund der seither gestiegenen Unternehmenskonzentration startete die »Wettbewerbskommission« eine erneute Untersuchung, deren Ergebnisse am 30.04.2008 veröffentlicht wurden und die u.a. den Vor-

schlag gesetzlicher Auflagen für Einzelhändler beinhalten (*Competition Commission UK 2008*).

Gegenstand des Prüfverfahrens des Bundeskartellamts waren die Einkaufspraktiken von Einzelhandelsunternehmen gegenüber ihren Lieferanten in Deutschland, jedoch nicht in anderen Ländern. Tatsächlich erstrecken sich die Unternehmenstätigkeiten jedoch auf zahlreiche Länder der Welt und betreffen nicht nur das Verhältnis zu Lieferanten, sondern auch die Arbeitsbedingungen der Beschäftigten in den weltweiten Zulieferbetrieben. Erforderlich wäre deshalb die Ausweitung einer solchen Untersuchung auf die Einkaufsmacht von Handelsketten bzgl. der Einhaltung sozialer und ökologischer Standards in der gesamten Lieferkette. Nach bisher vorliegenden Falluntersuchungen von zivilgesellschaftlichen Gruppen und Gewerkschaften zu einzelnen Branchen (*ITUC/ITGLWF/CCC 2008, Bormann 2008, Wick 2007b u.a.*) kommt es in Zulieferbetrieben von multinationalen Importunternehmen durch Preisdruck und enge Lieferfristen zu massiven Arbeitsrechtsverletzungen unter den Beschäftigten. Auch die vorliegende Publikation dokumentiert eine »Normalität« von systematischen Verstößen gegen nationale und völkerrechtliche Arbeitsnormen.

2.4 Die Beschäftigten

Durch die Lidl-Kampagne der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di und des Bündnisses ATTAC in den Jahren 2005–2006 wurden die Arbeitsbedingungen der überwiegend weiblichen Beschäftigten des Discounters erstmals in eine breite Öffentlichkeit getragen. Enormer Arbeitsdruck, Gewerkschaftsfeindlichkeit und Repressalien wurden bei zahlreichen Aktionen vor deutschen und europäischen Lidl-Filialen sowie in Publikationen, Filmen und Presseerklärungen angeprangert (s. Literaturverzeichnis).

Jüngste Beispiele für die Einschüchterungen von Beschäftigten waren die Enthüllungen deutscher Medien über heimliche Kamera-

überwachungen bei Discountern und illegale Zahlungen von Aldi an die »gelbe« Gewerkschaft AUB (Arbeitsgemeinschaft Unabhängiger Betriebsangehöriger) im Jahr 2008.

So berichtete das Magazin »Stern« am 26.3.08, dass Lidl im Jahr 2007 Beschäftigte mit versteckten Kameras ausspionieren ließ. Privatdetektive hatten in Lidl-Filialen in Niedersachsen, Rheinland-Pfalz, Berlin und Schleswig-Holstein intime Details aus dem Privatleben der Angestellten protokolliert. Bereits 2004 war diese Praxis von Lidl bei der Verleihung der Negativ-Auszeichnung »Big Brother Award« kritisiert worden (*Schüddamage 2008*).



Laut ver.di schüchtern viele Discounter Beschäftigte ein. »Es gehört zu den Führungsprinzipien vieler Discounter, Leistungsdruck und ein Klima der Angst zu erzeugen«, so ver.di-Handelssekretär Achim Neumann in der FR vom 31.3.08. Neben der Drogeriekette Schlecker ließ auch Aldi Beschäftigte durch Kameras heimlich überwachen (Grill 2008).

Im Zuge staatsanwaltlicher Ermittlungen in der Siemensaffäre waren 2008 auch geheime Zahlungen von Aldi an die arbeitgeberfreundliche »Gewerkschaft« AUB geflossen. Laut ver.di geht es dabei um eine Bestechungssumme in Höhe von 350.000 € (Kniesburges 2008). Im August 2008 hat die Gewerkschaft Strafanzeige gegen Aldi Nord wegen Bestechung und Beeinflussung von Betriebsratswahlen gestellt.

Diese Praktiken von Discountern gegenüber ihren Beschäftigten müssen vor dem Hintergrund des Strukturwandels im Einzelhandel in den letzten Jahrzehnten und seinen Folgen für die Arbeitsbeziehungen gesehen werden.

Integraler Bestandteil dieses Strukturwandels ist eine Auflösung traditioneller Beschäftigungsverhältnisse, wie sie zumindest in den Industrieländern bis nach dem 2. Weltkrieg für große Teile der abhängig Beschäftigten galten. Wenn auch die Löhne im Einzelhandel als klassischer Frauendomäne zu den Niedrigstlöhnen im deutschen Tarifgefüge gehören, so genossen die Beschäftigten bis in die 60er Jahre hinein doch einen gewissen Grad an arbeits- und sozialrechtlichem Schutz.

Mit dem Rückzug staatlicher Regulierung der Arbeitsmärkte seit den 70er Jahren jedoch nahmen im Einzelhandel Teilzeitarbeit, Mini-Jobs, Leih- und Abrufarbeit zu und mit ihnen die sozialversicherungsfreie Beschäftigung und Leistungsverdichtung. Reallöhne sanken. Eine betriebliche Aus- und Fortbildung in deutschen Discountunternehmen findet in der Regel nicht statt (Wortmann 2004: 435). Obwohl eine Flexibilisierung der Arbeit den Bedürfnissen des überwiegend weiblichen Personals im Einzelhandel oft entgegenkommt, da sie eine bessere Kombination mit der Haus- und Familienarbeit erlaubt, steht die Prekarisierung



Stern Online 17.04.2008

dennoch den Bedürfnissen nach sozialer Sicherheit entgegen. Von den im deutschen Einzelhandel 2,5 Mio. Beschäftigten – davon 70% Frauen – arbeiteten im Jahr 2003 etwa ein Drittel geringfügig, d.h. mit nur minimalem arbeits- und sozialrechtlichen Schutz. Dieser Anteil ist von 2000–2003 um 50% gestiegen. Durch diese Prekarisierung sowie die Ausgliederung von Arbeitsschritten an externe Betriebe (z.B. Gebäudereinigung, EDV, Sicherheitspersonal etc), wird die Interessenvertretung der Beschäftigten erschwert. Die Gewerkschaftsfeindlichkeit ist eine gängige Politik von Wal-Mart, Lidl, Aldi Süd und Schlecker.

Der Druck auf die Beschäftigten findet nicht nur in den eigenen Filialen von Einzelhandelsunternehmen – insbesondere Discountern – statt, sondern auch in Zulieferbetrieben im In- und Ausland. Diese Hersteller geben den Preis- und Lieferdruck von Einkäufern an die schwächsten Glieder der Kette, die Beschäftigten, weiter. Wie dies im Falle der Beschaffung von Aktionswaren für Aldi in chinesischen Zulieferfabriken im Einzelnen aussieht, wird in Kapitel 5 dieser Publikation beschrieben.

3. Discounterportrait Aldi

Aldi weiterhin die Nr. 1?

Der Discounter Aldi ist der beliebteste Lebensmitteleinzelhändler in Deutschland. Dies ist das Ergebnis einer Studie des Marktforschungsinstituts TNS-Infratest, der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG und der Zeitung »Handelsblatt« 2007/2008, für die über ein Jahr lang 1000 VerbraucherInnen zu Auswahl, Einkaufsatmosphäre, Händlerkompetenz und zum Preis-Leistungsverhältnis befragt worden waren (LZ 5.9.08). Auch andere Quellen weisen Aldi eine Spitzenposition im Einzelhandel nach:

Der Bekanntheitsgrad von Aldi bei den VerbraucherInnen liegt bei 99% (KPMG-Studie in FR 23.8.05). Insgesamt 86% der Haushalte in Deutschland kaufen bei Aldi ein (Handelsblatt 24.8.05). Aldi ist der deutsche Preisführer bei Handelsmarken, so das Bundeskartellamt in seiner Stellungnahme zu dem Fusionsverfahren von Edeka und Plus vom 30.6.2008.

Doch es gibt Anzeichen dafür, dass die Vormachtstellung des führenden deutschen Discounters Aldi zu wanken beginnt. Erstmals in seiner Geschichte sanken 2007 die Umsätze, während Konkurrenten wie Lidl aufstiegen. Die Auslandsexpansion von Lidl ist weitaus stärker als bei Aldi. Zudem ist auch das Unternehmen Aldi in den letzten Monaten wegen der heimlichen Überwachung von MitarbeiterInnen und eines Bestechungskandals mehrfach zur Zielscheibe öffentlicher Kritik geworden (s. Kapitel 2).

Wie kam es zu der Marktführerschaft von Aldi im deutschen Lebensmitteleinzelhandel (LEH), und welche Konzepte führten dazu, dass das Unternehmen diese Position jahrelang ausbauen konnte? Welche Gründe gibt es für die jüngste Infragestellung der Spitzenposition, und welche Konzepte entwickelt Aldi dagegen?

Um diesen Fragen nachzugehen, soll in diesem Kapitel zunächst das Unternehmen Aldi

Aldi Homepage Dezember 2008

Καλωσορίσατε στην ALDI Üdvözöljük az ALDInál Welcome to ALDI Willkommen

Australia
Austria
Belgium
Denmark
France
Germany
Great Britain
Greece
Hungary

ALDI NORD
ALDI SÜD

Ireland
Luxembourg
Netherlands
Poland
Portugal
Slovenia
Spain
Switzerland
USA

und das von ihm 1960 entwickelte Geschäftskonzept des Discounters anhand von Grunddaten vorgestellt werden.

Schon ein kurzer Blick auf die Erfolgsgeschichte von Aldi zeigt, dass in den letzten Jahren eine bestimmte Produktparte zunehmende Bedeutung erlangt hat. Aldi bietet immer öfter nur begrenzt verfügbare fachfremde Waren wie Textilien, Unterhaltungselektronik und Metallprodukte – sog. Aktionswaren – zu Niedrigstpreisen an und hat damit immer mehr KundInnen in die Filialen gelockt.

Aufgrund seiner Bedeutung für das Unternehmen und den Ausbau seiner Marktposition wird diesem Sortiment ein gesondertes Kapitel gewidmet (s. Kapitel 4).

Grunddaten zu Aldi

Die Aldi-Gruppe setzt sich aus den beiden relativ selbstständig operierenden Unternehmensteilen Aldi Nord (Essen) und Aldi Süd (Mülheim/Ruhr) zusammen. Obwohl beide

Unternehmen eigene Einkaufsgesellschaften haben, sprechen sie sich bei Einkauf ihrer Waren ab (*Freitag 2006: 31*). Aldi wird von Herstellern und Handelsunternehmen beliefert und besitzt bis auf eine Kaffeerösterei keine eigenen Produktionsstätten.

Die 1960 gegründete Aldi-Gruppe ist im Besitz der beiden Brüder Karl und Theodor Albrecht, die zu den reichsten Männern der Welt gehören: Das Vermögen der beiden Albrecht-Brüder wird auf ca. 30 Mrd. € geschätzt, während der 88-jährige Karl Albrecht (Aldi Süd) allein ein Vermögen von ca. 17 Mrd. € besitzt und damit auf Platz 10 der Forbes-Liste 2008 der weltweiten Milliardäre steht.

Durch die Aufteilung der Aldi-Gruppe in rechtlich selbstständige Untergesellschaften (Aldi Süd: 31, Aldi Nord: 35) entzieht sich Aldi weitgehend einer Veröffentlichung von zentralen Geschäftsdaten und gewerkschaftlicher Kontrolle. Aldi gilt nicht als Konzern und ist deshalb nicht zur Veröffentlichung einer Konzernbilanz verpflichtet.

Abbildung 06:
Marktanteile der fünf größten Lebensmittelhändler Deutschlands

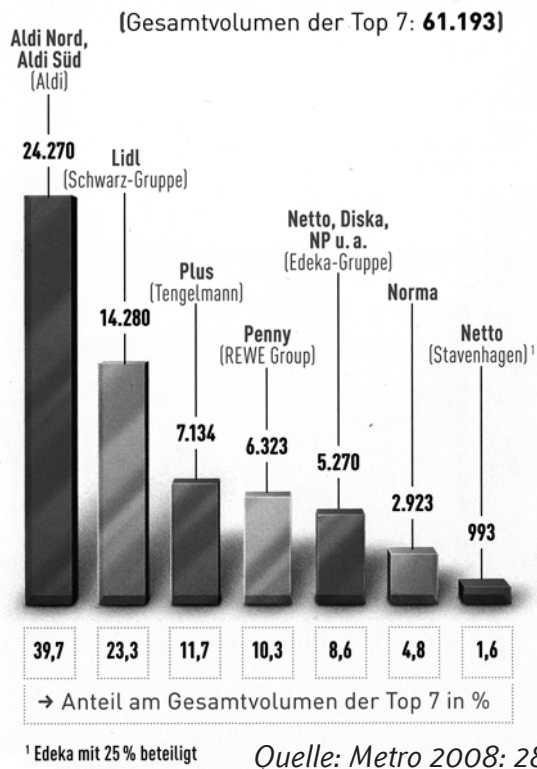


Quelle: Metro 2008: 19

¹ Pp = Prozentpunkte

Abbildung 07: Die größten Discounter in Deutschland

:: Bruttoumsatz 2007 in Mio. EUR



Mit einem geschätzten Gesamtumsatz von 34,47 Mrd. € belegte Aldi im Jahr 2007 Platz 12 der weltweit größten Einzelhandelsunternehmen (EHI 2008: 72).

Erstmals in seiner Geschichte ging der Jahresumsatz 2007 des Unternehmens Aldi zurück, und zwar um 1,7%. Im deutschen Lebensmitteleinzelhandel lag Aldi 2007 hinter Edeka, REWE, Metro und der Schwarz-Gruppe an fünfter Stelle (**Abbildung 06**), unter den deutschen Discountern jedoch nach wie vor an erster Stelle (**Abbildung 07**).

Im Europaranking der Discounter hat die Schwarz-Gruppe mit der Vertriebslinie Lidl mittlerweile Aldi überholt (**Abbildung 08**).

Der Jahresgewinn 2006 von Aldi wird auf 1 Mrd. € geschätzt (Liedtke 2007: 16).

Aldi unterhält ein Filialnetz von mehr als 7000 Filialen in 18 Ländern, davon 4.200 in Deutschland (www.aldi.com 24.9.08). (**Abbildung 09**).

Im Jahr 2007 machte Aldi 47% seiner Umsätze im Ausland (Metro 2008: 18).

Abbildung 08: TOP 15 der führenden europäischen Discounterunternehmen 2007

Rang	Unternehmen	Vertriebslinien	Länderpräsenz	Anzahl Verkaufsstellen	Bruttoumsatz Mrd. €
1	Schwarz-Gruppe (DE)	Lidl	AT, BE, CZ, DE, DK, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IT, LU, NL, NO, PL, PT, SE, SI, SK	8.566	51,9*
2	Aldi (DE)	Aldi, Hofer	AT, AU, BE, CH, DE, DK, ES, FR, GB, IE, LU, NL, PT, SI, US	8.281	38,3*
3	Carrefour (FR)	Maxi Dia, Ed, Minipreço	AR, BR, CN, ES, FR, GR, PT, TR	6.166	9,9 ¹
4	Tengelmann (DE)	Plus	AT, CZ, DE, ES, GR, HU, PL, PT, RO	4.168	9,6
5	Rewe (DE)	Penny	AT, CZ, DE, HU, IT, RO	2.900	8,6 ¹
6	Casino (FR)	Leader Price, Franprix, Edah u. a.	AR, BR, CO, FR, NL, TH, VE	1.370	4,4 ¹
7	Dansk Supermarked Gruppen (DK)	Netto	DE, DK, GB, PL, SE	1.035	3,9 ¹
8	Edeka (DE)	Netto	DE	1.279	3,7
9	Colruyt (BE)	Colruyt	BE, FR	198	3,5 ¹
10	Reitan (NO)	Rema 1000	DK, NO, SE	569	3,1
11	Norma (DE)	Norma	AT, CZ, DE, FR	1.400	2,9*
12	Jerónimo Martins (PT)	Biedronka	PL	1.045	2,4 ¹
13	Eurospin (IT)	Eurospin	IT, SI	669	1,9*
14	Norges Gruppen (NO)	KIWI	NO	421	1,7
15	Axfood (SE)	Willy:S	SE	138	1,7

Schätzwerte. ¹ Nettoumsatz.

Quelle: EHI 2008: 120

Abbildung 09:
Aldi in Deutschland 1970–2007

Quelle: EHI 2008: 252

Jahr	Anzahl Verkaufsstellen	VKF Mio. qm	Bruttoumsatz Mrd. €
1970	600	•	0,77
1980	1.600	•	5,62
1990	2.200	1,10	11,76
2000	3.200	2,01	18,00
2004	4.110	3,05	21,40
2006	4.195	3,14	21,80
2007	4.232	3,22	21,50

Discountpionier Aldi

Die Aldi-Brüder sind die **Pioniere des Hard-Discount-Konzepts** im deutschen Einzelhandel. Die Kernelemente ihrer 1960 begründeten Geschäftsphilosophie sind:

- ein begrenztes Kernsortiment von zunächst 400, heute ca. 1.000 Basisartikeln des täglichen Gebrauchs (ein normaler Supermarkt bietet ca. 25.000 Artikel an),
- eine relativ kleine Verkaufsfläche von zunächst ca. 200 m² und heute bis ca. 600 m²,
- eine Ansiedlung der Filialen in den Stadtzentren,
- eine schmucklose Präsentation der Waren,
- ein geringer Personalaufwand und Service,
- kein Fachpersonal und keine Lehrlingsausbildung,
- ein hoher Arbeitsdruck der Beschäftigten sowie weit verbreitete gewerkschaftsfeindliche Praktiken,
- die fast ausschließliche Verwendung von Eigenmarken, hinter denen sich oft teurere Markenartikel verbergen sollen.

Dieses Konzept garantierte eine enorme Durchlaufgeschwindigkeit der Produkte. Der Arbeitskostenanteil an den Gesamtkosten betrug 2007 lediglich 6,9% – in Supermärkten dagegen 13,9% (s. **Abbildung 03** in Kapitel 2). Aldi kam die kommunale Verkaufsflächenregulierung in Deutschland ab Ende der

60er Jahre zugute, durch die der mittelständische Einzelhandel geschützt werden sollte: Diese Regulierung verhinderte die Ansiedlung großflächiger Betriebsformate von mehr als 700 m² Verkaufsfläche in den Stadtzentren und machte Sortimentsvorgaben (*Wortmann 2003: 8*). Mit diesem Betriebsformat ist es Aldi bis heute gelungen, die Nr. 1 im deutschen Lebensmitteldiscountgeschäft zu bleiben.

Aufgrund der immer schärferen Konkurrenz der in den 70er Jahren gegründeten Discounter Plus (Tengelmann), Penny (REWE) und Lidl ist die Spitzenposition der Aldi-Gruppe jedoch nicht nur in Deutschland, sondern auch im Ausland ins Wanken geraten. Da der deutsche Lebensmittel-Discounthandel mit einem Volumen von ca. 250 Mrd. € pro Jahr mit bisherigen Konzepten an seine Grenzen gestoßen ist, hat vor allem Lidl mit der Erschließung neuer Märkte im Ausland, neuer Käuferschichten und Verkaufsstrategien Neuland erobert. Dadurch angestoßen findet auch bei Aldi ein allmählicher Abschied des von ihm entwickelten Hard-Discount-Konzepts statt. Die Neuerungen umfassen

- ein breiteres Sortiment,
- eine bessere Präsentation der Waren,
- eine Erhöhung des Anteils von Markenartikeln,
- mehr Lockangebote (Aktionswaren),
- mehr Convenience-Artikel (verzehrfertige Waren),
- e-commerce.

Aldi-Beschäftigte

Der relativ breite gesellschaftliche Konsens, bei Aldi handele es sich im Unterschied zu anderen Discountern wie Lidl um ein ausgesprochen soziales Unternehmen, das die Angestellten z.B. übertariflich bezahlt, wurde im Jahr 2008 durch oben zitierte Medienberichte erschüttert. Durch das große Presseecho auf die Aldi-Publikation vom Mai 2007 über eklatante Arbeitsrechtsverletzungen vor allem bei chinesischen Textilizulieferern war Aldi bereits ins Kreuzfeuer öffentlicher Kritik geraten.

In der Zeitschrift »Wirtschaftswoche« vom 14.1.08 mit dem Titel »Aldi brutal – Die geheimnisvollen Methoden der Billig-Weltmacht« wird ein Bereichsleiter zur Situation von Beschäftigten in österreichischen Hofer (= Aldi)-Filialen wiedergegeben:

»Druck gehört zu Aldis Geschäftsphilosophie: Mindestens 30 Artikel pro Minute muss eine Kassiererin über die Scannerkassen schleusen. Sind es weniger, ist sie weg vom Tisch. (...) Am Abend teilt der Filialleiter den Umsatz durch die Summe der Arbeitsstunden pro Mitarbeiter. Sein Gehalt bemisst sich am Ergebnis, der Leistungszahl. Steigern kann der Filialchef seine Bezüge, indem er die Aufgaben im Markt auf weniger Mitarbeiterinnen verteilt und selbst überall einspringt, wo Engpässe entstehen. Die Unterschiede zwischen den Märkten sind erheblich. Manche erreichen mit derselben Anzahl Mitarbeiter doppelt so hohe Leistungszahlen wie andere.« (Brueck 2008)

Aldi hat insgesamt 190.000 Beschäftigte, davon 50.000 in Deutschland. Die übertarifliche Bezahlung der Beschäftigten in den deutschen Filialen wird durch häufig geforderte unbezahlte Mehrarbeit unterminiert. Ohnehin liegen die tariflichen Entgelte im Einzelhandel bereits im unteren Bereich der Lohnskala von Beschäftigten in Deutschland: In NRW verdient eine Vollzeitkraft der untersten Tarifgruppe des Einzelhandels z.B. 1.649 € pro Monat (WSI-Tarifarchiv in www.boeckler.de, 24.9.08). Des Weiteren wird Gewerkschaftsarbeit insbesondere bei Aldi Süd systematisch bekämpft: Nachdem die Süddeutsche Zeitung im Jahr 2004 über eine geplatzte Betriebsratswahl in

München berichtet hatte, kündigte Aldi seine Annoncen in dieser Zeitung.

Während Aldi Süd fast durchweg »gewerkschafts- und betriebsratsfreie Zonen« sind, gibt es in den meisten Filialen, Fuhrparks und Zentrallagern von Aldi Nord Betriebsräte. Diese setzen sich mehrheitlich aus VertreterInnen der DGB-Mitgliedsgewerkschaft ver.di (Norddeutschland) bzw. der Aktionsgemeinschaft Unabhängiger Betriebsangehöriger (AUB) zusammen. Durch die im Februar 2007 bekannt gewordenen Vorwürfe von Bestechungszahlungen der Firma Siemens an den ehemaligen AUB-Vorsitzenden Schelsky in Höhe von ca. 30 Mio. € und späteren Anschuldigungen über Zahlungen von Aldi Nord an die AUB ist diese seit jeher als arbeitgeberfreundlich geltende Gewerkschaft jedoch in Misskredit geraten. Im Zuge der Untersuchungen der Staatsanwaltschaft Nürnberg im Falle der Siemensbestechungen waren Zahlungen von Aldi Nord an die AUB in Höhe von 350.000 € veröffentlicht worden. Im August 2008 erstattete ver.di bei der Staatsanwaltschaft Essen Strafanzeige gegen Aldi Nord wegen Verstößen gegen das Betriebsverfassungsgesetz (Ott 2008).

Aldi-Aktion Essen September 2008
(Foto: Evangelische Pressestelle Essen)



Über die Arbeitssituation von Beschäftigten bei weltweiten Textilizulieferern von Aldi wurde erstmalig in der SÜDWIND-Studie »All die Textilschnäppchen – nur recht und billig? Arbeitsbedingungen bei Aldi-Zulieferern in China und Indonesien« vom Mai 2007 (s. Literaturverzeichnis) berichtet. Dort heißt es in der Zusammenfassung der Untersuchung aus China:

»Die Arbeitsrechtsverletzungen, die in dem Bericht beschrieben werden, gehen über das bisher für chinesische Fabriken bekannte Maß noch hinaus. Neben den schon häufig festgestellten überlangen Arbeitszeiten, Löhnen unterhalb der gesetzlichen Mindestgrenze und Gewerkschaftsrepression enthält dieser Bericht Aussagen über

- *wochenlange Lohnzurückhaltungen von Arbeitgebern,*
- *Kautionszahlungen von Beschäftigten für das Privileg eines Fabrikjobs,*
- *minderjährige ArbeiterInnen, die einen Teil ihres Lohns als Vermittlungsgebühren an Schulen abtreten,*

- *Beschäftigte, die sich nachts heimlich aus den Fabrik-Schlafsälen schleichen, weil sie glauben, vom Management keine Erlaubnis zu einer Kündigung zu erhalten.«
(Wick 2007b: 33)*

Aldi hat auf diese Enthüllungen mit einer öffentlichen Stellungnahme und dem Beitritt zur europäischen Sozialstandard-Initiative »Business Social Compliance Initiative« (BSCI) reagiert. In Kapitel 6 werden diese Schritte genauer dargestellt und bewertet.

Um einen größeren Überblick über die Arbeitssituation von Beschäftigten bei chinesischen Aldi-Zulieferern auch in anderen Branchen und über die aktuelle Beschaffungspraxis von Aldi zu erhalten, haben das SÜDWIND-Institut und PartnerInnen in China eine neue Untersuchung durchgeführt.

Kernstück der vorliegenden Publikation ist das Ergebnis dieser aktuellen Untersuchung über den Arbeitsalltag von Beschäftigten in chinesischen Fabriken, die Aldi mit Elektronik- und Haushaltswaren, Kosmetika und Textilien (Aktionswaren) beliefern (s. Kapitel 5).

Aldi-Aktion Essen September 2008 (Foto: Evangelische Pressestelle Essen)



4. Aktionswaren bei Discounter – Das Beispiel Aldi

Die Zeiten der Attraktion von Discounter durch ihr Kerngeschäft allein sind längst vorbei. Seit vielen Jahren locken sie KundInnen durch sensationell billige Aktionswaren in ihre Filialen. Die Kauflust wird durch nur begrenzt verfügbare Mengen dieser Schnäppchen weiter angefacht. Legende sind die ein- oder zweiseitigen Zeitungsanzeigen geworden, mit denen Aldi zweimal wöchentlich im ganzen Bundesgebiet für Preishits von Artikeln wirbt, von denen viele bis vor einigen Jahren dem Fachhandel anderer Branchen vorbehalten waren. Mit einem relativ bescheidenen Werbebudget von 264,8 Mio. € (LZ 17.10.08) gelang es dem führenden deutschen Discounter, bedeutende Marktanteile in einigen Handelsbranchen zu erobern. Aktionswaren sind ein Schlüsselement im Konkurrenzkampf von Unternehmen nicht nur im Lebensmitteleinzelhandel (LEH), sondern insgesamt im Einzelhandel einschließlich Dienstleistungen geworden.

Discounter und Aktionswaren

Zum LEH und damit auch zu seiner Betriebsform der Discounter in Deutschland zählen jene Einzelhandelsgeschäfte, bei denen ca. 80% des Umsatzes mit Nahrungs-, Wasch- und Reinigungsmitteln sowie 20% mit sonstigen Waren erzielt werden (Bundeskartellamt 2008: 26–27).

Sonstige Waren sind Textilien, Zeitungen und Zeitschriften, Klein elektroprodukte, Pflanzen und Blumen, Metall-, Freizeit- und Haushaltswaren, die typischerweise nicht unbedingt von VerbraucherInnen im LEH erwartet werden (Bundeskartellamt 30.6.08: 26) und die in der Regel nicht ständig angeboten werden. In den letzten Jahren sind diese Waren zunehmend durch Dienstleistungsprodukte ergänzt worden, um neue KundInnen anzulocken, wie z.B. günstige Handy- oder DSL-Nutzungsverträge,

Abenteuerpauschalreisen oder Schnäppchentickets bei der Deutschen Bahn.

Der Vormarsch der Discounter im deutschen und internationalen LEH ist nicht nur in ihrem Geschäftsmodell einer besonders scharfen Kostenkalkulation im Grundsortiment, sondern auch im Aktionswarenbereich begründet. Durch preisaggressive Aktionswaren gelang es Discounter, kontinuierlich neue KäuferInnen-schichten zu erschließen und höhere Marktanteile zu erreichen – auch auf Kosten des klassischen Fachhandels.

Dabei stießen Discounter als fachfremde Anbieter sogar in Spitzenpositionen von Branchen wie z.B. dem Textileinzelhandel vor. In Deutschland waren im Jahr 2007 unter den größten zehn Unternehmen dieses Sektors vier Discounter vertreten, und zwar Tengelmann (KiK und Plus), Aldi, Lidl und Tchibo, im Unterschied zu zwei Discounter vor zehn Jahren (Aldi und Tengelmann). Die vier Discounter erzielten im Textileinzelhandel 2007

Aldi Homepage Dezember 2008

ALDI informiert ALDI informiert ALDI

Echte Schnäppchen
- die meisten bei ALDI!

Sehr geehrte Kundinnen und Kunden,

Woche für Woche bieten wir Ihnen attraktive Aktionsartikel an, die sich durch höchste Qualität und günstige Preise auszeichnen. Dass man bei ALDI echte Schnäppchen machen kann, bestätigt auch die Stiftung Warentest, die attestiert, dass ALDI bezüglich der Schnäppchen-Quote an der Spitze liegt** Bestnoten bekommen auch unsere Textilien: „Ein gutes Gut für ALDI“ ermittelt die Fachzeitschrift Textilwirtschaft. Eine Umfrage hat ergeben, dass ALDI seinen Kunden bei Bekleidung das beste Preis-Leistungs-Verhältnis von 32 wichtigen Handelsunternehmen bietet.** Bei Aktionsartikeln und Bekleidung die Nummer eins zu sein, ist für uns kein Grund zum Ausruhen, sondern ein Ansporn: Auch künftig werden Sie in unseren Filialen viele hochwertige Angebote zu niedrigen Preisen finden – echte Schnäppchen eben!

Das **ALDI** - Prinzip
Qualität ganz oben - Preis ganz unten

+++ ALDI informiert +++ ALDI informiert +++ ALDI informiert +++ ALDI informiert +++ ALDI informiert +++ ALDI informiert +++ ALDI informiert +++

EDITION® Auto-Sicherheitsweste
100 % Polyester. Universalgröße.
je **1,59***
Auch in Neonorange.

EDITION® Auto-Sitzauflieger
Für angenehmen Sitzkomfort. Versch. Farben.
je Auflieger **4,59***

EDITION® Auto-Fußmatten-Set
Hochwertig, aus Gummi.
je 4er-Set **12,99***
Zuschneidbar.
Versch. Größen, inkl. Typenliste.

EDITION® Alu-Relingträger
Max. 90 kg Traglast. Abschließbar inkl. 2 Schlüssel.
Set **39,99***
Ideal für Fahrradhalter, Skihalter und Gepäckbox.
Länge ca.: 120 cm. Inkl. Typenliste.

EDITION® Kofferraumtasche
Mit Befestigungsmaterial. Maße ca.: 50 x 22 x 14 cm.
je **4,99***

ALDI informiert
ab Do. 23. Okt.

EDITION® KFZ-Batterie-Ladegerät
3 Jahre Garantie. Mit Service-Adresse.
Für alle 6 V/12 V KFZ-Batterien.
je **19,99***
Auch für Motorräder!

ALLES FÜR IHR AUTO!

EDITION® Starthilfekabel
Kabellänge ca. 3,5 m. Für Benzin- und Dieselmotoren. Geprüft nach DIN 72513.
je **24,99***

EDITION® Reifen-taschen-Set
Reifengrößen bis max. Ø 65 cm und 28 cm Breite.
je 4er-Set **5,99***

GIADA® Damen-Wellnessanzug
100 % Polyester, Mikrofleece. Oberteil als Shirt oder Jacke.
Größen: 36-46
je **9,99***

WATSONS® Herren-Wellnessanzug
100 % Polyester, Mikrofleece. Oberteil als Shirt oder Jacke.
Größen: M (48/50)-XXL (58)
je **9,99***

EDITION® Drehmoment-Schlüsselsatz
Ideal zum kontrollierten
je **15,99***

EDITION® Autotür-Schutzleiste
Hochwertige Weichschaum-
je **5,99***

EDITION® Felgenbaum

Modelle teilweise nicht in allen Größen verfügbar.

Aldi Süd-Werbung 23.10.2008

insgesamt 4,6 Mrd. € Umsatz, mehr als der Spitzenreiter Arcandor (4,2 Mrd. €).

Nachdem Aldi im Jahr 1998 seinen ersten PC zu einem bis dahin undenkbar Preis von 999,- DM angeboten und davon 200.000 Exemplare verkauft hatte, arbeitete sich sein Lieferant Medion bis zum Jahr 2002 an die Spitze der PC-Händler in Deutschland vor (Fiutak 2003). Bald danach stagnierte jedoch der PC-Absatz von Medion bei Aldi, und das Unternehmen konzentrierte sich auf andere Händler, bis sein Engagement bei Aldi Anfang 2008 wieder fortgesetzt wurde.

Im Durchschnitt bieten Discounter in Deutschland 325 Aktionsartikeltypen an (EHI 2008: 326). Diesen Artikeltypen werden insgesamt ca. 100 Saison- und 2.000 Basisprodukte zugeordnet (LZ 20.6.08).

Durch das Vorrücken von immer mehr Wettbewerbern im Discountgeschäft, eine gewisse Marktsättigung bei langlebigen Gütern und einem generell stagnierenden Konsumklima ging jedoch der Absatz von Aktionswaren im Jahr 2007 bei allen Billiganbietern zurück (LZ

20.6.08). Zwischen 1997–2007 ist die private Nachfrage z.B. bei Textilien, Einrichtung und Haushaltswaren um jeweils ca. 20% zurückgegangen, während sie in den Bereichen PC/Kommunikation um 14,1%, Tabakwaren um 22,8% und Reinigung/Kosmetik um 17% zugenommen hat (Metro 2008: 7).

Aktionsartikel bei Aldi

Aldi hat die besten Schnäppchen: Zu diesem Ergebnis kommt die Stiftung Warentest in der November-Ausgabe 2008 ihrer Zeitschrift »Test«. Dort wurde die Bilanz nach 396 Tests von Aktionswaren bei sieben Discountern in sechs Jahren gezogen. Demnach erwies sich durchschnittlich jeder dritte Kauf als Fehlkauf, während es bei Aldi nur 18% waren. Lediglich bei 24% der Schnäppchen aller Anbieter hätte es sich um echte Schnäppchen gehandelt – bei Aldi immerhin 42%. Auf Platz 2 der Liste steht Lidl, an letzter Stelle der Discounter Norma (Stiftung Warentest 2008).

Insgesamt ist die Bilanz der Qualität von Aktionswaren also ernüchternd, inkl. Aldi.

Aldi macht ca. 20% seines Gesamtumsatzes mit dem Verkauf von Aktionswaren (LZ 20.6.08). Noch vor wenigen Jahren betrug dieser Anteil nach Schätzungen von Branchenkennern etwa 30%.

Mit dem intensivierten Wettbewerb im Discountgeschäft ist inzwischen die Häufigkeit von Aktionswareangeboten drastisch gestiegen: Während ehemals Aldi drei Artikel in vier Wochen anpries (Rickens 2006), ist die Zahl mittlerweile auf ca. 50 Artikel pro Woche gestiegen.

Zwischen 2007 und 2008 ist die Zahl der bei Aldi angebotenen ca. 2.500 Aktionswaren um 9% gestiegen, der entsprechende Umsatz jedoch um 11% gesunken. Ein weiterer Ausdruck für die gestiegene Konkurrenz im Aktionswarenmarkt ist der im Zeitraum 2007/2008 um 33,6% gestiegene Werbeetat von Aldi (LZ 17.10.08), wobei er noch vor wenigen Jahren nur ca. 100 Mio. € betrug (Brandes 2006: 159).

Den größten Teil am Umsatz mit Aktionswaren stellen Textilien dar. Der Anteil von Textilien am Volumen der Aktionswaren beträgt nach ExpertInnenmeinung ca. 25%. Dieser Umsatz soll jedoch in den letzten Monaten überproportional zurück gegangen sein, was u.a. mit der markanten Umsatzsteigerung des Textilgeschäfts der Tengelman-Gruppe (KiK

Aktionsartikel bei Aldi Süd im Oktober 2008:

- KFZ-Batterieladegerät 19,99 €
- Damenwellnessanzug 9,99 €
- Canadian Boots 19,99 €
- Multimedia-PC Medion 499 €

Aktionsartikel bei Aldi Nord im Oktober 2008:

- Damensteppjacke 13,99 €
- Lattenrost 39,99 €
- Stromkostenmessgerät 7,99 €
- Edelgarnpullover 19,99 €

und Plus) erklärt werden kann. Diese betrug 2006/2007 insgesamt 17,6%.

Aldi bezieht die Aktionswaren über Zwischenhändler wie z.B.

- **Medion** und **Globaltronics** (Elektronik),
- **Gueldenpfennig, Miles, Huber** und **Rieker** (Textilien).

Neben den Beschaffungsländern im europäischen Raum nimmt der Aktionswarenbezug

Aldi Süd-Werbung 29.09.2008

aus China eine herausragende Stellung ein, was nach der internationalen Spitzenposition dieses Landes im Textil- und Elektronikexport nicht verwundert: Nach dem Volumen wird er auf mehr als ein Drittel geschätzt, nach dem Wert auf mehr als zwei Fünftel. Jedoch ist der Anteil Chinas durch ein Vorrücken insbesondere von Bangladesch und Vietnam im Textilbereich zurückgegangen. Offensichtlich ist Aldi bestrebt, seine textile Beschaffung vor dem Hintergrund weiterer Preissteigerungen in China und evtl. neuer Exporteinschränkungen ab 2008 zu diversifizieren. Ende 2008 liefen die US-Textilquoten gegen China aus und könnten ggf. durch neue Handelsbeschränkungen abgelöst werden.

In den letzten Monaten führte der sinkende Umsatz mit Aktionsartikeln bei Aldi zu zahlreichen Rabattaktionen, bei denen unverkaufte Ware nach vier Wochen mit Preisabschlägen bis 30% angeboten wurde. Da jedoch auch diese Ware oft nicht vollständig verkauft wird, soll es zunehmend auch zu einer Entsorgung der Restware kommen.

Zukunftsstrategien von Discountern

Zu den Strategien gegen die rückläufige Gesamtmarktentwicklung (Grundsortiment und Aktionswaren) nicht nur von Aldi, sondern auch von anderen Discountern, gehört vor allem eine Ausweitung des Angebots von Frischwaren, Bio- und Fairtrade-Produkten sowie von Herstellermarken.

Die Discounter reagieren damit auf Entwicklungen im VerbraucherInnenverhalten, nach dem z.B. im ersten Halbjahr 2008 die Umsätze von Biofrischprodukten bei SB-Warenhäusern um 22,7%, in Naturkostläden um 10,3%, und bei Discountern um 9,8% gestiegen waren (Börnecke 2008). Der Umsatz des Fairen Handels nahm in diesem Zeitraum in Deutschland um 25% zu (FR 27.9.08). Diesem Trend hat sich Aldi – wenn auch zurückhaltend und verspätet – angeschlossen. Neben dem vor einigen Jahren angestoßenen Angebot von Frisch- und Biowaren hat Aldi im Laufe des Jahres 2008 auch Fair-Trade-Kaffee und Kaffee-Pads vorübergehend in sein Sortiment aufgenommen.

Aldi Homepage Weihnachten 2008

5. Arbeitsbedingungen bei Aldi-Zulieferern in China

13. November 2008

Zusammenfassung der China-Studie

Im September 2008 wurde im Auftrag des SÜDWIND-Instituts für Ökonomie und Ökumene eine Befragung von ca. 80 Beschäftigten aus sechs chinesischen Fabriken im Perlflossdelta durchgeführt. Diese Fabriken liefern Elektronikprodukte, Haushaltswaren, Kosmetika und Textilien («Aktionswaren») an die Aldi-Gruppe. Unter Bezug auf die chinesischen Arbeitsgesetze und die entsprechenden ILO-Übereinkommen wurden die Beschäftigten zu folgenden Themen interviewt: **Verbot von Zwangsarbeit, Lohn, Diskriminierung am Arbeitsplatz, Kinderarbeit, Vereinigungsfreiheit, Recht auf Kollektivverhandlungen, Arbeitszeiten sowie Arbeits- und Gesundheitsstandards.**

Aus Sicherheitsgründen werden im vorliegenden Bericht alle Namen anonym gehalten. Dies betrifft die Namen der interviewten Beschäftigten, der Fabriken und der AutorInnen.

Im Unterschied zur China-Studie 2007 über die Arbeitsbedingungen bei fünf Bekleidungszulieferern von Aldi in der Provinz Jiangsu handelt es sich in der neuesten Untersuchung um weniger extreme Arbeitsrechtsverletzungen. Vermutlich – so die VerfasserInnen – ist dies darauf zurückzuführen,

dass die Fabriken hier mehrheitlich höher technisiert und mit bis zu 19.000 Beschäftigten groß dimensioniert sind, wohingegen die massivsten Verstöße erfahrungsgemäß vor allem in kleineren Fabriken zu verzeichnen sind.

Bei den 2008 festgestellten »normalen« Verstößen geht es um überlange Arbeitszeiten von bis zu 91 Stunden pro Woche, die auf die gezahlten, unzureichenden Mindestlöhne zurückzuführen sind, des Weiteren um die Verweigerung schriftlicher Arbeitsverträge und der Mutterschutzbestimmungen, die Verhängung von Geldstrafen und die fehlende Zahlung von Sozialversicherungsbeträgen. Wie im Perlflossdelta üblich kam es in keinem der untersuchten Fälle zur gesetzlich vorgeschriebenen Zahlung von Urlaubsgeld für Arbeitskräfte ab einer Beschäftigungsdauer von zwölf Monaten.

In der Schlussfolgerung fordert der Bericht für die Beschäftigten in globalen Lieferketten von Unternehmen vor allem einen bindenden arbeitsrechtlichen Schutz inklusive des Rechts auf Vereinigungsfreiheit.

(Die Fotos in diesem Bericht beziehen sich nicht auf die darin genannten Fabriken.)

Als ForscherInnen im Auftrag des deutschen SÜDWIND-Instituts 2006 in der Provinz Jiangsu Bekleidungszulieferer von Aldi besuchten, waren sie geschockt. Ihr Urteil war vernichtend: »Verstöße gegen Arbeitsgesetze... sind viel schlimmer als alles, was man bisher aus chinesischen Fabriken berichtet hat.« Nach

nunmehr weiteren zwei Jahren besuchte ein anderes Untersuchungsteam einen anderen Teil Chinas, um die Bedingungen bei den Zulieferern in Jiangsu mit sechs Fabriken im Perlflossdelta (Provinz Guangdong) zu vergleichen, die Elektronik- und Haushaltsgeräte, Kosmetik und Bekleidung für Aldi herstellen.



Dieses Mal sieht die Sache etwas anders aus. In den jetzt besuchten Fabriken fanden die ForscherInnen keine so fürchterlichen Bedingungen wie bei den Aldi-Zulieferern in Jiangsu 2006: Dort mussten die Beschäftigten den ersten Monat umsonst arbeiten und der Fabrik eine Kautionszahlung zahlen, Beschäftigte zahlten eine Geldstrafe bei Nichterscheinen am Arbeitsplatz, Kinderarbeit wurde bewusst in Kauf genommen, und die ArbeitnehmerInnen konnten nicht kündigen, sondern mussten nachts davonlaufen.

Ebenso wie in Jiangsu deckten die ForscherInnen jedoch auch im Perflussdelta in jeder der Fabriken Verstöße gegen chinesische Gesetze und vielfach gravierende Verletzungen von Arbeitnehmerrechten auf. Aber im Grunde sind dies keinesfalls die schlimmsten Fabriken im Perflussdelta.¹

Fünf der sechs Fabriken sind Großunternehmen und beschäftigen mit einer Ausnahme über 4.000 ArbeitnehmerInnen im Betrieb. Die befragten ArbeitnehmerInnen berichteten uns von regelmäßigen zahlreichen Überstunden und nur von einer Fabrik, in der Zuschläge für geleistete Überstunden gezahlt

wurden. Gleichzeitig sind in drei Fabriken die Beschäftigten nicht sozialversichert, obwohl die Arbeitgeber dazu per Gesetz verpflichtet sind. In allen sechs Fabriken sind die Beschäftigten nicht über Arbeits- und Gesundheitsschutz aufgeklärt worden, und es fehlte ihnen an Grundwissen in Fragen der Arbeitssicherheit. In keiner Fabrik gibt es eine funktionierende Regelung der Arbeitsbeziehungen und Vertretung von Arbeitnehmerinteressen. Drei Fabriken haben nicht mit allen Beschäftigten Arbeitsverträge abgeschlossen – und das trotz der enormen öffentlichen Aufmerksamkeit für das in diesem Jahr umgesetzte Arbeitsvertragsgesetz. Die Liste ließe sich fortsetzen.

Viele der in der Untersuchung aufgedeckten Probleme sind leider nicht nur am Perfluss, sondern in China und im gesamten globalen Süden nur allzu verbreitet. Faszinierend ist dabei die Frage, wie Aktivisten auf dieses ethische Defizit der multinationalen Unternehmen, die westliche Märkte versorgen, reagieren; beantworten lässt sich diese Frage nur nach einer systematischen Überprüfung, die über die fallweise Intervention in einem halben Dutzend Fabriken hinausgeht.

5.1 Ausgangslage

Vorstellung des Perflussdeltas

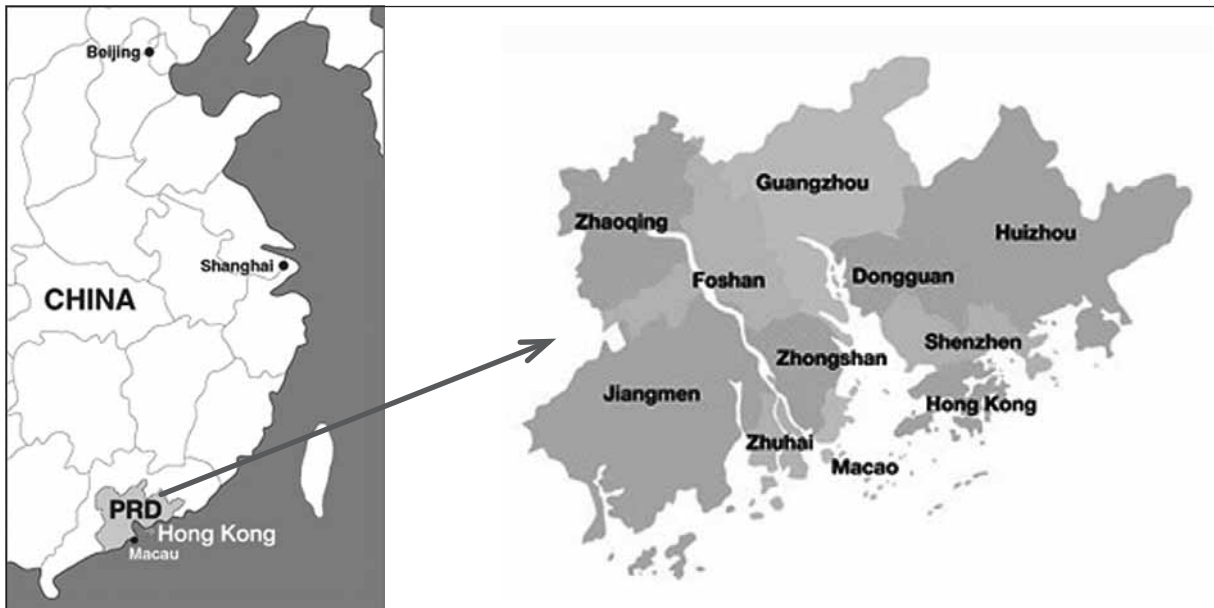
Das Perflussdelta ist die exportintensivste Region Chinas. Sie umfasst 12 Großstädte, neun kleinere Städte und 420 Kleinstädte; zwischen

1993 und 2001 wurden dort 30 Prozent aller chinesischen Exportwaren hergestellt.² Gleichzeitig flossen enorme ausländische Direktinvestitionen in die Region, die sich auf insgesamt 30 Prozent deren Wertes landesweit addierten.

Über einen Zeitraum von ungefähr zehn Jahren nach Einsetzen der Wirtschaftsreformen 1978 kamen ausländische Direktinvestitionen großenteils aus den asiatischen Nachbarländern und -territorien. Erst in den 1990er Jahren erreichten Investitionen aus Europa und Nordamerika einen nennenswerten Umfang. Zwischen 1993 und 2001 stammten hingegen erstaunliche 68,2 Prozent der ausländischen Direktinvestitionen aus Hongkong, wo viele AuslandschinesInnen von der Nähe zur Volksrepublik, ihren persönlichen Beziehungen und/oder Kenntnissen der örtlichen

1 Man kann sie mit folgenden Fällen vergleichen: Southern Metropolitan Daily (2008) Dongguan's Child Labour 'Business', 28. April 2008, http://epaper.nddaily.com/A/html/2008-04/28/content_452688.htm [zuletzt abgefragt 16. Mai 2008]. China Labour Bulletin, Deadly Dust: the Silicosis Epidemic Among Guangdong Jewellery Workers and the Defects of China's Occupational Illness Prevention and Compensation System, 2005. Unter: <http://www.chinalabour.org.hk/en/node/100013> [zuletzt abgefragt 1. November 2008]. Students Against Corporate Misbehaviour (SACOM). S. <http://sacom.hk/category/campaigns/wal-mart> [zuletzt abgefragt 1. November 2008].

2 Zhang, K.H., China as the World Factory, New York, Routledge, 2006. Alle statistischen Daten zum Perflussdelta stammen von Zhang, wenn nicht anders angegeben.



Das Perlflossdelta (Pearl River Delta = PRD) in Süd-China

Wirtschaft, Kultur und Sprache profitierten. Beträchtlich investiert wurde im gleichen Zeitraum auch von Unternehmen aus Taiwan (3,8 Prozent), Japan (3,4 Prozent), USA (3 Prozent) und Süd-Korea (2 Prozent), doch haben sich diese Zahlen seit 2001 definitiv geändert.

Aufgrund der enormen Nachfrage nach Arbeitskräften sind dutzende Millionen von ArbeitnehmerInnen aus anderen chinesischen Großstädten und Dörfern ins Perlflossdelta zugewandert, um zunächst in den Fabriken und später im florierenden Dienstleistungsbereich zu arbeiten. Das bedeutet, dass nur sehr selten ein/e »Einheimische/r« in der Produktion zu finden ist. Die in den Fabriken angestellten Ortskräfte sind fast ausnahmslos in führender Position tätig und beziehen beträchtliche Gehälter. Für ArbeitsmigrantInnen in der Produktion sind die Arbeitsbedingungen in den Fabriken des Perlflossdeltas bekanntermaßen hart. Die wenig regulierte Entwicklung von Privatunternehmen in den 1980er und 1990er Jahren hat dem Perlflossdelta den Ruf einer Region eingebracht, in der ZuwanderInnen ihre Jugend in langen, miserabel bezahlten Arbeitsstunden vertun, bevor sie erschöpft nach Hause zurückkehren. Chinas strikte Bevölkerungskontrolle, der begrenzte Zugang zu Sozialleistungen für ZuwanderInnen und unerträglich hohe Lebenshaltungskosten in

den Städten haben dazu geführt, dass sich nur relativ wenige zugewanderte FabrikarbeiterInnen langfristig im Perlflossdelta niedergelassen haben.

In jüngster Zeit häufen sich jedoch die Forderungen der ArbeitsmigrantInnen an ihre Arbeitgeber und die Regierung. Täglich kommt es in der Region zu zahlreichen Arbeitskonflikten, u.a. Streiks, Bummelstreiks, Straßensperren und mutigen öffentlichen Demonstrationen. Der bekannte exilierte Arbeiterführer Han Dongfang spricht von Streiks von schätzungsweise mehr als 1.000 Beschäftigten täglich im Perlflossdelta.³ Die Fluktuation unter den Beschäftigten stellt selbst für verhältnismäßig gute Fabriken ein Riesenproblem dar, da ArbeitnehmerInnen mit den Füßen abstimmen und auf der Suche nach besseren Bedingungen häufig den Betrieb wechseln. Eine Befragung von IT-Unternehmen in der Region ergab, dass Geschäftsleitungen eine jährliche Fluktuation von 25 Prozent für relativ gering hielten! Viele Betriebe verzeichneten

³ Radio Free Asia, China's Pearl River Delta: 40,000 fingers lost annually, 1,000 workers strike daily, 16. Januar 2008. Unter: <http://rfaunplugged.wordpress.com/2008/01/16/chinas-pearl-river-delta-40000-fingers-lost-annually-1000-workers-strike-daily/> [zuletzt abgefragt 1.November 2008]

Abbildung 10:
Mindestlohnstandards und jüngste Anpassungen in den untersuchten Großstädten

Stadt	Mindestlohn (ohne Überstd.) Yuan*	Mindestlohn (ohne Überstd.) Euro	jüngste Anpassung	Zunahme seit Anpassung 2007 (in %)
Dongguan	770	87	1. April 2008	11,6%
Foshan	770	87	1. April 2008	11,6%
Shenzhen (Mitte)	1.000	113	1. Juli 2008	17,6%
Shenzhen (Umland)	900	102	1. Juli 2008	20%

* 1 RMB/Yuan = 0,113 Euro (Stand 31. Oktober 2008).

jedes Jahr Fluktuationen von 35 bis 40 Prozent⁴. Ganz anders als in den 1990er Jahren mit Schlangen arbeitssuchender Zuwanderer vor den Fabrikatoren besteht im Perlfussdelta heutzutage ein deutlicher Arbeitskräftemangel, vor allem an FacharbeiterInnen. Die Fabriken müssen gezwungenermaßen bessere Bedingungen anbieten, um Arbeitskräfte zu gewinnen und zu halten, und gleichzeitig kündigen seit 2006 örtliche Stadtverwaltungen erhebliche jährliche Mindestlohnsteigerungen an, damit sich ArbeitnehmerInnen die hohen Lebenshaltungskosten in der Region überhaupt leisten können, vor allem in Großstädten wie Shenzhen mit dem landesweit höchsten Mindestlohn von 1.000 RMB/Yuan (113 Euro) pro Monat.⁵ Arbeitsbedingungen sind heutzutage im Perlfussdelta generell besser als in den gerade erst industriell erschlossenen Provinzen und Großstädten im chinesischen Hinterland,

obwohl die Lebenshaltungskosten, vor allem für Wohnraum, ein erdrückend hohes Niveau erreicht haben.

Die Lage in den Branchen für IT-Technik, Haushaltsgeräte, Textilien und Kosmetika in China

Von den untersuchten sechs Fabriken stammen drei aus der Informations- und Kommunikationstechnik, eine stellt elektrische Geräte, eine Bekleidung und eine Kosmetika her. Es floriert vor allem die IT-Branche; in der Region konzentriert sich inzwischen die weltweit größte Produktion solcher Geräte. IT-Hardware machte 2001 erstaunliche 58 Prozent aller Exporte aus Guangdong aus.⁶ Seit den 1990er Jahren, in denen zunächst AuslandschinesInnen mit der Produktion wenig anspruchsvoller Produkte wie Computer-Tastaturen und -Mäuse begannen, sind inzwischen auch qualitativ hochwertige Produktions- und Montagewerke entstanden, die hochintegrierte Dienstleistungen und sogar *Original Design Manufacturing* (ODM) liefern können⁷. Zwischen 2001 und 2005 wuchs die Branche rasant um durchschnittlich 28,8 Prozent landesweit.⁸ Sie wird von taiwanesischen Unternehmen beherrscht. 2002 fertigten taiwanesischen IT-Firmen 63 Prozent ihrer Hardware auf dem chinesischen Festland. Diese qualitativ anspruchsvollen IT-Fabriken sind häufig steriler und moderner als andere

4 Lüthje, B., Global Production Networks and Industrial Upgrading in China: The Case of Electronics Contract Manufacturing. Vortrag auf der Internationalen Konferenz über die Multis in China: Konkurrenz und Kooperation, Guangzhou, Juli 2004.

5 1 RMB/Yuan = 0,113 € (Stand 31. Oktober 2008).

6 Zhang, 2006.

7 Lüthje, B., 2004.

8 Internationaler Metallarbeiterbund (IMB) und Asia Monitor Resource Centre (AMRC), Bericht zu Arbeitsbeziehungen und -bedingungen in vom IMB organisierten transnationalen Unternehmen in China, 2007. Unter: http://www.amrc.org.hk/system/files/IMF_china_report_EN.pdf [abgefragt 2. März 2008].

für den Export produzierende Betriebe, auch wenn es dabei letztlich nur um den Schutz der empfindlichen Geräte und Bauteile geht. In der Branche stehen die Beschäftigten unter außergewöhnlicher gesundheitlicher Belastung, da sie täglich mit einer Flut chemischer Verbindungen in Kontakt kommen.

Seit den 1990er Jahren hat sich China zum weltweit führenden Hersteller billiger elektronischer Haushaltsgeräte entwickelt. 2004 wurden 40 Prozent der Kühlschränke, 30 Prozent der Waschmaschinen und über 80 Prozent der Klimaanlageanlagen und Mikrowellenöfen auf der Welt in China gefertigt. Zwischen 2001 und 2005 kamen annähernd 60 Prozent der weltweit exportierten Staubsauger, elektrischen Bügeleisen und Haartrockner sowie 70 bis 80 Prozent des Exports an Kaffeemaschinen und Toaster aus China⁹. Seither wurde diese marktbeherrschende Position noch ausgebaut. Qualitativ hochwertige Haushaltsgeräte werden meistens im Auftrag ausländischer Markenhersteller gefertigt.

Angesichts gleichzeitig vorhandener billiger Arbeitskräfte, Rohstoffe und zuverlässiger Verkehrsinfrastruktur hat auch die Bekleidungsindustrie in China einen enormen Aufschwung genommen. Trotz der von den USA und der EU nach Auslaufen des WTO-Textil- und Bekleidungsabkommens 2004 eingeführten Quotierung hat China weitere 12 Prozent des Weltmarktes für Bekleidung hinzugewonnen und liefert gegenwärtig 31 Prozent der Exporte weltweit (WTO-Außenhandelsstatistik 2007). Sobald die Quoten Ende 2008 auslaufen, wird Chinas Marktanteil wahrscheinlich weiter steigen. Langfristig ist jedoch davon auszugehen, dass diese durch geringe Wertschöpfung gekennzeichnete Fertigung durch höherwertige Produktionen ersetzt wird. Schon jetzt hat die Textil- und Bekleidungsindustrie zu kämpfen, um trotz der in den letzten Jahren beträchtlich gestiegenen Produktionskosten im Perfluorid profitabel zu bleiben. Die Konkurrenz asiatischer Nachbarn bei gleichzeitiger Konjunkturschwäche in den Exportzielländern hat zum Rückgang des Exportumsatzes geführt. Der Verkauf von Textilien in die USA ist beispielsweise zwischen Juli 2007 und Juli 2008

um 10 Prozent zurückgegangen.¹⁰ Die Bekleidungsindustrie ist berüchtigt für ihre schlechten Arbeitsbedingungen. Untersuchungen insbesondere bei Bekleidungsfabriken kamen zu dem Ergebnis, dass die Beschäftigten oft sehr schlecht bezahlt werden und außerordentlich lange Arbeitszeiten haben.¹¹ Die Gewinnmargen der Hersteller sind häufig gering.¹²

Bei Jahresumsätzen im Wert von 50 Milliarden Yuan (5,65 Milliarden Euro) liegen Einnahmen aus der chinesischen Kosmetikindustrie inzwischen an achter Stelle weltweit und an zweiter Stelle in Asien. Die chinesische Kosmetik- und Pharmaindustrie steht im Verdacht zweifelhafter Qualität und Gefährdung der Gesundheit der VerbraucherInnen – von den Beschäftigten ganz zu schweigen; so wurde z.B. Diäthylenglykol, eine zur Motorkühlung verwendete Chemikalie, in einer in China hergestellten Zahnpasta und in Hustensaft gefunden, was im letzten Fall den Tod von mindestens 50 Menschen in Panama verursachte.¹³ Qualitativ hochwertige Kosmetikmarken werden großenteils von ausländischen Markenunternehmen oder Joint-Ventures zwischen chinesischen und ausländischen Unternehmen produziert.¹⁴ Bisher gab es aber praktisch keine kritische Überprüfung der Arbeitsbedingungen und Arbeitnehmerrechte insbesondere in dieser Branche.

Faktoren wie der steigende Wert der chinesischen Währung und Finanzierungsschwierigkeiten der Investoren beeinträchtigen alle genannten Branchen, da die chinesische Regierung zur Inflationsbekämpfung die Kreditschraube anzieht. Allmähliche Verbesserungen der Arbeits- und Umweltstandards

9 IMB u.a., 2007.

10 Textiles Intelligence, 'China loses its competitive edge in clothing', Textile Outlook International, Nr.134, Juli 2008.

11 Play Fair 2008, 'No Medal for the Olympics on labour rights'. Unter: <http://www.cleanclothes.org..>

12 Ethical Trading Initiative Norway, China Suppliers' Roundtable, 2007.

13 BBC, US checks toothpaste for toxins, 24. Mai 2007. Unter: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/americas/6686627.stm> [zuletzt abgefragt 3. November 2008]

14 Research and Markets, China Cosmetics Market Report, 2008. Unter: <http://www.researchandmarkets.com/reports/613730/> [zuletzt abgefragt 22. Oktober 2008]

wirken kostensteigernd, sodass Billigproduktionen aus den florierenden Küstenregionen – wie z.B. dem Perlflossdelta – ins chinesische Hinterland oder ins Ausland gedrängt werden.

Multinationale Unternehmen und Arbeitnehmerrechte in China

Die Arbeitsgesetze und -vorschriften sind in China erstaunlich gut und greifen viele Übereinkommen der ILO – ausgenommen Nr. 87 und 98 zu Gewerkschaftsrechten – sowie in den westlichen Arbeitsstandards verankerte Arbeitnehmerrechte auf. Ausgesprochen selten findet man jedoch eine Fabrik, die alle Regelungen einhält, oder eine Kommunalverwaltung, die bereit wäre, außer im Falle extremer Verstöße einzuschreiten. Stattdessen wird überall gegen maßgebliche Gesetze verstoßen, was untrennbar zum sogenannten 'Wettbewerbsvorteil' Chinas und Stützung seiner

internationalen Wettbewerbsfähigkeit gehört. Westliche Unternehmen verlagern ihre Produktion ins Ausland, weil eine größere Ausbeutung der Arbeitskräfte und geringere Ausgaben für Arbeitsschutz und soziale Sicherheit einen Kostenvorteil versprechen. Verletzung von Arbeitnehmerrechten im globalen Süden ist ein Grundmerkmal westlicher Ökonomien.

Zwar kann es hilfreich sein, die Arbeitsbedingungen in den sechs untersuchten Fabriken mit den gesetzlichen Vorschriften und ILO-Übereinkommen zu vergleichen, aber die aufgedeckten Verstöße sind nicht schlimmer als in anderen Zulieferbetrieben internationaler Marken. Untersuchungen bei Zulieferern anderer multinationaler Unternehmen wie Wal-Mart, Apple, Hewlett-Packard, Nike, Adidas, Disney, Mattel usw. zeigen deutlich, dass die Verletzung von Arbeitnehmerrechten allen nordamerikanischen und europäischen Konzernen Sorgen bereiten sollte – wie gut ihre Politik sozialer Verantwortung oder Corporate Social Responsibility (CSR) auch immer klingen mag.

5.2 Untersuchung von sechs Fabriken

Vorstellung der Fabriken

Um einen Einblick in Aldis chinesische Lieferkette außerhalb der Bekleidungsbranche zu erhalten, besuchte ein Team einer auf Arbeitnehmerrechte spezialisierten chinesischen Nicht-Regierungsorganisation (NRO) sechs Fabriken aus vier Branchen: Informations- und Kommunikationstechnik (IT), Haushaltsgeräte, Kosmetik und Textilien. Die Fabriken wurden aus einer aktuellen SÜDWIND-Liste von Aldi-Zulieferern aus der 2. Hälfte von 2007 ausgewählt. Alle Fabriken hatten ihren Standort im Perlflossdelta in drei mittelgroßen bis großen Städten der Provinz Guangdong: Shenzhen, Dongguan und Foshan, alle hoch industrialisiert mit dicht besiedelten Gewerbebezonen. Der Innenstadtbereich Shenzhens besteht aus einer Sonderwirtschaftszone auf dem Gebiet eines der frühesten Exportverarbeitungszone

der Region mit Zugangsbeschränkungen, die heutzutage allerdings nicht mehr so gravierend wie in den 1980er und 90er Jahren sind. Im September 2008 wurden pro Fabrik jeweils 12 bis 15 ArbeitsmigrantInnen aus der Produktion befragt, in der Mehrzahl Frauen unter 30. Um ihre Sicherheit nicht zu gefährden, wurden Einzelbefragungen außerhalb des Fabrikgeländes durchgeführt; so mussten sie sich keine Sorgen machen, dass ihre Bemerkungen von KollegInnen oder Vorgesetzten mitgehört würden. An einem Standort – Fabrik 6 – konnte aufgrund strikter Sicherheitsauflagen kein Kontakt mit den Beschäftigten aufgenommen werden; man gab sich als Arbeitssuchende/r aus und arbeitete dann tatsächlich 2 Tage lang im Betrieb, um an Informationen zu kommen. Alle ForscherInnen waren ChinesInnen und hatten selbst einen Arbeitsmigrationshintergrund.

Zufällig handelt es sich bei allen Fabriken außer Nr. 6/Bekleidung um mittelgroße bis große Unternehmen in ausländischem Besitz (s. **Abbildung 11**). Allgemein sind Verstöße gegen Arbeitnehmerrechte tendenziell gravierender, je kleiner die Fabrik ist, d.h. die Größe der Unternehmen beeinflusst schon die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung. Eine der IT-Fabriken ist außergewöhnlich groß und hat 19.000 Beschäftigte. Der Kosmetikerhersteller hat annähernd 10.000 ArbeitnehmerInnen. Nach Aussage der Beschäftigten müsste das Durchschnittsalter in den sechs Fabriken irgendwo zwischen Anfang bis Mitte Zwanzig liegen, darunter 60 bis 80 Prozent Frauen. Alle Fabriken reklamieren für sich eine Zertifizierung nach ISO9000 oder 9001. Fabrik 6/

Bekleidung gibt für sich sogar eine SA8000 Zertifizierung an, obwohl es den dafür erforderlichen Standard in keinster Weise erfüllt.

Erste Bewertung der Fabriken

Bevor die Arbeitsbedingungen an den sechs Standorten im Einzelnen ausgewertet werden, sollte man die untersuchten Fabriken skizzieren und eingruppieren, aber auch zwei alle chinesischen Fabriken betreffende Probleme dabei nicht aus dem Blick verlieren: a) gesetzliche Mindestlöhne decken nicht den Lebensunterhalt der ArbeitnehmerInnen und ihrer Familien, und b) Gewerkschaften müssen dem staatlichen Dachverband ACFTU angeschlossen sein.

Abbildung 11:
Anzahl der Beschäftigten, Produktsortiment und Besitzverhältnisse in den untersuchten Fabriken

Name	Standort	Beschäftigte	Produkte	Besitzer aus
• IT				
Fabrik 1 (Foxconn Tochter)	Foshan	19.000	Digitalkameras, Handys, Projektoren	Taiwan
Fabrik 2	Dongguan	4.000–5.000	Computer, Arbeits-Pads, Funkgeräte	Hongkong
Fabrik 3	Shenzhen (Stadtmitte)	4.000	Monitore	Taiwan
• Elektronische Haushaltsgeräte				
Fabrik 4	Shenzhen (Umland)	2.000+	Mixer, Entsafter, Küchenmaschinen, Rührbesen	Taiwan
• Kosmetik				
Fabrik 5	Shenzhen (Umland)	10.000	Kosmetik	USA
• Textilien				
Fabrik 6	Dongguan	200–300	Stoffe, Topflappen, Schürzen, Sitzkissen, Handschuhe	China



► **Die wenigsten Verstöße: Fabrik 1/IT**

Eine riesige Fabrik, die erst vor kurzem von einem der weltgrößten IT-Vertragshersteller, Foxconn, aufgekauft wurde. Die Löhne liegen geringfügig über den Mindeststandards, und die Sozialleistungen sind gut. Die Gewerkschaft ist nicht aktiv. Die Geschäftsführung ist sehr streng. Geringe Fluktuation unter den Beschäftigten.

► **Einige Verstöße: Fabrik 3/IT**

Bezeichnet sich in der Werbung als fünftgrößter Monitorproduzent der Welt. Löhne und Sozialversicherung entsprechen größtenteils den gesetzlichen Standards, und Frauen haben Anspruch auf bezahlten Mutterschaftsurlaub. Die Beschäftigten bemängeln jedoch den fehlenden Speisesaal und die wegen Auftragsmangels geringen Überstunden in jüngster Zeit. Die Gewerkschaft ist nicht aktiv. Hohe Fluktuation unter den Beschäftigten.

► **Mittelfeld: Fabrik 4/Haushaltsgeräte**

Lange Arbeitszeiten und Löhne, die gerade das Mindestniveau erreichen; dafür schwankt das Einkommen der Beschäftigten dieser Fabrik nicht saisonal. Es gibt kostenloses Essen und Sozialversicherung, aber keine Mechanismen zur Regelung der Arbeitsbeziehungen.

► **Mittelfeld: Fabrik 5/Kosmetik**

Noch längere Arbeitszeiten. Die Beschäftigten werden erst nach einem Jahr sozialversichert, aber Frauen haben Anspruch auf einen ansonsten selten gewährten bezahlten Mutterschaftsurlaub. Die Gewerkschaft ist nicht aktiv, und ArbeitnehmerInnen wurden aufgefordert, einen fragwürdigen Blanko-Tarifvertrag zu unterschreiben. Die Fabrik hat keinen Speisesaal und bietet keine Essenzuschüsse. Hohe Fluktuation unter den Beschäftigten.

► **Zahlreiche Verstöße: Fabrik 2/IT**

Feststellung gravierender Probleme bei Löhnen, Sozialleistungen, Arbeitsbeziehungen, Arbeitsverträgen, Arbeits- und Gesundheitsschutz usw. Merkwürdigerweise ist die Fluktuation unter den Beschäftigten gering.

► **Die meisten Verstöße: Fabrik 6/Bekleidung**

Hier wurden noch gravierendere Probleme aufgedeckt bei Löhnen, Sozialleistungen, Arbeitsbeziehungen, Arbeitsverträgen, Arbeits- und Gesundheitsschutz usw. Die einzige Fabrik, die weniger als die gesetzlich festgelegten Tarife zahlt und ein relativ wenig formalisiertes Management hat. Eine Interviewerin gab sich als Arbeitssuchende aus, um an Informationen zu kommen. Im Personalbüro wurde sie gefragt: »Die Arbeit hier ist wirklich anstrengend. Können Sie das schaffen?«.

◆ **Bezahlung und Arbeitsstunden**

Erfüllen die untersuchten Fabriken den gesetzlichen Mindestlohnstandard?	
Ja	Nein
Fabrik 4, Fabrik 5, Fabrik 3, Fabrik 1, Fabrik 2	Fabrik 6

Halten sich die untersuchten Fabriken an die gesetzliche Begrenzung der Überstunden?	
Ja	Nein
Keine	alle

Überall im Perflussdelta wie auch chinaweit bemühen sich FabrikarbeiterInnen, einen ausreichenden Lohn zur Deckung ihres Lebensunterhalts zu bekommen – ganz zu schweigen von dem ihrer Familien. Positiv ist für diese sechs Fabriken zu vermerken, dass fünf den örtlichen gesetzlichen Mindestlohn zahlen. Als negativ erweist sich, dass Mindestlöhne in China in keiner Weise das Existenzminimum sichern. Auch wenn keine Zahlen für das sogenannte Existenzminimum dort vorliegen, liegt das aktuelle Niveau des Mindestlohns weit darunter. Ein Vergleich zwischen den **Abbildungen 10 und 12** veranschaulicht, dass nur eine Fabrik, nämlich Nr. 1, knapp über dem gesetzlichen

Abbildung 12:**Durchschnittliche Monatslöhne, Arbeitsstunden, saisonale Schwankungen und verschiedene Abzüge**

Name	Durchschnittl. Monatslohn (Yuan)*	Durchschnittl. Wochenarbeitszeit	Saisonale Schwankung	Abzüge (Yuan)*
• IT				
Fabrik 1	805 Grundlohn** + 600–900 für Überstunden	8 Std. + 2,5–3 Überstd. 6 Tage/Woche	geringe Überstd. in der Flaute und Verpflegung	kostenlose Unterkunft
Fabrik 2	770 Grundlohn + 730–830 für Überstunden	8 Std. + 3 Überstd. 6 Tage/Woche	durchschnittl. 200 Yuan, weniger außerh. der Saison	Unterkunft: 60, Nahrung/ Lebenshaltg: 220/Monat
Fabrik 3	1.000 Grundlohn + 300 für Überst.	relativ wenig Überstd. 5 Tage/Woche	i.A. schlechte Auftragslage	Nebenkosten: 26. Keine Kantine. 1 Yuan Zuschuss/ Mahlzeit
• Elektronische Haushaltsgeräte				
Fabrik 4 (Tangfeng Electronics)	900 Grundlohn + 700–800 für Überstunden	8 Std. + 4 Überstd. 5–6 Tage/Woche	keine saisonale Schwankung	Unterkunft: 60, Nebenkosten: 10, kostenlose Mahlzeiten
• Kosmetik				
Fabrik 5	900 + bis zu 900 für Überstd.	8 Std. + 5 Überstd. 6–7 Tage/Woche	Okt.–Dez. saisonaler Rückgang	Unterkunft: 40, keine Kantine, keine Zuschüsse
• Textilien				
Fabrik 6	1.100–1.200 Grundlohn + Überstd. zusammen. Keine Einhaltung der Überstunden- bezahlung	[Akkord] 11 Std./Tag. 6 Tage/Woche	Gehalt 400–500, weniger außerhalb der Saison	Unterkunft: 30, Nebenkosten: 10, Mahlzeiten: 180/Monat
* 1 Yuan/RMB = 0,113 Euro (Stand 31. Oktober 2008).				
** Die einzige Fabrik, die mehr als den örtlichen Mindestlohn zahlte (770 Yuan in diesem Fall).				

Mindestlohn lag. Generell errechnet sich der Mindestlohn nach Art. 36 des Arbeitsgesetzes als monatliche Zahlung für höchstens 8 Stunden pro Tag und 44 Stunden die Woche.

Arbeitslöhne werden in den betreffenden Fabriken durch Überstunden enorm in die Höhe getrieben. In den Fabriken 1, 2 und 5 errechnete sich fast die Hälfte des Lohns aus

Überstunden, die abends oder am Wochenende geleistet wurden. Eine der Arbeiterinnen in Fabrik 2 wurde gefragt, »Was passiert, wenn Sie keine Überstunden machen wollen?«, worauf sie antwortete: »Wir sind hier zum Arbeiten, nicht zum Spaß. Wer will denn keine Überstunden machen?« Dies zeigt deutlich, wie unzureichend der Mindestlohn in China ist. In der Bekleidungsfabrik (Fabrik 6) gab es dasselbe gravierende Problem wie in vielen anderen chinesischen Bekleidungsfabriken: ArbeitnehmerInnen werden im Akkord und nicht pro geleisteter Arbeitsstunde bezahlt und erhalten keine Zuschläge bei mehr als 8 Stunden Arbeit pro Tag oder am Wochenende.¹⁵ An Werktagen abends gemachte Überstunden sollten mit dem 1,5fachen, Arbeit an Sonnabenden und Sonntagen dem 2fachen und an öffentlichen Feiertagen mit dem 3fachen des normalen Tarifs entlohnt werden. In allen untersuchten Fabriken mit Ausnahme von Fabrik 6/Bekleidung werden die gesetzlich vorgeschriebenen Überstundenzuschläge gezahlt.

Art. 41 des Arbeitsgesetzes begrenzt die Anzahl der Überstunden auf 36 pro Monat. Desungeachtet sind 12-Stunden-Tage an sechs oder sieben Tagen die Woche im Perflussdelta die Regel. Auch Wochenendarbeit wird als Überstunden gerechnet. Bei guter Geschäftslage arbeitet man in den sechs untersuchten Fabriken durchschnittlich 10 bis 15 Stunden täglich, d.h. alle überschreiten die gesetzlichen Beschränkungen (ausgenommen Fabrik 3, aber nur wegen derzeitigen Auftragsmangels). Alle Beschäftigten sagten aus, dass sie Überstunden ablehnen könnten. Art. 38 legt fest, dass ArbeitnehmerInnen zumindest einen freien Tag pro Woche haben müssen. Diese Regelung wird von allen außer Fabrik 5 eingehalten, wo die Beschäftigten manchmal gesetzeswidrig sieben Tage die Woche arbeiten. Nur in Fabrik 3 gibt es regelmäßig zwei freie Tage über das Wochenende.

¹⁵ Verité, Piece by Piece: how the overtime pay of piece-rate workers in China is falling short, Verité Issue Brief, Juni 2006.

Südchinesische Aldi-Zulieferfabrik Quanxin Knitting (Foto: Roland Müller-Heidenreich)





Schlafsaal in einer chinesischen Fabrik 2008

Was Urlaub und Freizeit anbetrifft, besteht nach Art. 40 des Arbeitsgesetzes ein Anspruch auf bezahlten Urlaub für ArbeitnehmerInnen, die länger als 12 Monate im Betrieb sind, aber in keiner der untersuchten Fabriken wurde dies umgesetzt; tatsächlich gibt es das in der verarbeitenden Industrie der Region höchst selten.

Fünf Fabriken stellen leicht verständliche Lohnzettel aus, auf denen alle geleisteten Arbeitsstunden, bezahlten Sozialleistungen und Abzüge vermerkt waren. Hingegen gab Fabrik 6/Bekleidung überhaupt keinen Lohnzettel aus und ließ damit auf ein relativ wenig formalisiertes Managementsystem schließen! Fabrik 6 erwies sich damit als schlimmster Fall in dieser Auswahl.

In mehreren Fabriken sehen sich die Beschäftigten mit saisonal schwankender Arbeitsbelastung und Lohnzahlung in Folge der destabilisierenden Wirkung flexibler 'Just-In-Time'-Produktion konfrontiert, die die Einkaufsunternehmen vielfach branchenweit um-

setzen. Bei den Beschäftigten aller Fabriken mit Ausnahme von Fabrik 4/Haushaltsgeräte schwanken die Löhne saisonal. Arbeitslöhne in Fabrik 6/Bekleidung fallen dramatisch um ein Drittel außerhalb der Hochsaison. Arbeitslöhne in Fabrik 2 gehen um annähernd 13 Prozent zurück. Auch bei den Beschäftigten in Fabrik 1 gibt es erhebliche Lohnschwankungen. Positiv ist zu vermerken, dass die Geschäftsleitungen nach Aussage der Beschäftigten aller sechs Fabriken außerhalb der Hochsaison keine Arbeitskräfte entlassen und alle außer Fabrik 6 die üblichen 44-Stunden-Löhne entsprechend der gesetzlichen Mindeststandards garantieren.

Nicht gezahlte oder ausstehende Löhne sind ein riesengroßes Problem in China und führen insbesondere in der Bauindustrie häufig zu Arbeitskonflikten.¹⁶ Glücklicherweise scheint es in

¹⁶ China Labor News Translations, Migrant Workers and the Chronic Problem of Owed Wages, Februar 2008. Unter: <http://www.clntranslations.org/article/28/migrant-workers-and-the-chronic-problem-of-owed-wages> [zuletzt abgefragt 2. Oktober 2008]





Außenfront fabrikeigener Schläfsäle in Süd-China 2008

keiner der Fabriken ein Problem mit der rechtzeitigen Lohnzahlung an ihre Beschäftigten zu geben. Nur Fabrik 2 zahlt – wie allgemein üblich – erst nach Ablauf des Monats aus. Das Gesetz von Dongguan sieht die Möglichkeit einer Verzögerung um 30 Tage zur Lohnabrechnung vor (jedoch nicht in Shenzhen), aber in der Praxis werden im Perlfussdelta die Löhne oft für einen Monat einbehalten als eine Art Kautionsforderung, die die Beschäftigten davon abhalten soll, einfach ohne Genehmigung zu verschwinden. Die anderen fünf Fabriken behalten keine Löhne, Kautionsforderungen, Dokumente oder persönlichen Besitz der Beschäftigten ein. Eine Kautionsforderung war durchaus üblich – Fabrik 6 forderte in der Vergangenheit i.d.R. 50 Yuan –, ist aber ausdrücklich verboten.

◆ Betriebliche Zusatzleistungen: Verpflegung und Unterkunft

Auch betriebliche Sozialleistungen und Zuschüsse spielen angesichts geringer Arbeitslöhne für die chinesischen ArbeitnehmerInnen eine wichtige Rolle. In den Staatsunternehmen herrscht außerdem eine Kultur umfassender Versorgung, die sich vor der Reform in den 1980er und 90er Jahren sogar auf Unterkunft, Verpflegung, medizinische Versorgung und Kinderbetreuung sowie andere Leistungen erstreckte. So gesehen ist der Sozialstandard in Fabrik 1 mit ihren kostenlosen Mahlzeiten, Unterkunft und Unterhaltungsmöglichkeiten besonders hoch. Auch Fabrik 4 bietet kostenloses Essen. Hingegen war die Lage in den anderen vier Fabriken schlecht. Fabrik 3 hatte überhaupt keine Speiseräume und zahlte nur 1 Yuan Essenszuschuss pro Mahlzeit, wobei ein einfaches Fast-food-Gericht mindestens 5 Yuan (0,57 Euro) pro Person kostet. In Fabrik 5 steht es noch schlimmer, da es keinen Spei-

sesaal und keinen Essenzuschuss gibt. Fabrik 2 berechnet 220 Yuan (25 Euro) monatlich für Verpflegung und sogenannte 'Lifestyle'-Leistungen, während Fabrik 6 180 Yuan monatlich für Verpflegung einbehält. Sonderleistungen gab es eigentlich nur in Fabrik 1, wo monatliche Geburtstagsfeiern für die Beschäftigten abgehalten werden.

Auch die Qualität der Schlafräume hat erhebliche Auswirkungen auf die Lebensqualität der Beschäftigten. Die Mehrzahl der ArbeitsmigrantInnen lebt in vom Arbeitgeber gestellten Schlafräumen (i.d.R. gegen eine geringe Gebühr), da die Mieten für Wohnraum entweder zu hoch sind oder es an entsprechenden Mietwohnungen insbesondere außerhalb städtischer Zentren fehlt. Nur Fabrik 1 zahlt ihren ArbeitnehmerInnen einen monatlichen Zuschuss von 80 Yuan (9 Euro) zur Miete, wenn sie außerhalb Wohnraum anmieten. Erstaunlicherweise hatte gerade Fabrik 6, die in den meisten anderen Kategorien am schlechtesten abschnitt, durchaus großzügige, bezahlbare Schlafräume mit getrennten Badezimmer für jeden Schlafräum. Es ist auch die einzige Fabrik, die Privaträume für Ehepaare zur Verfügung stellt, solange beide in der Fabrik arbeiten. Hingegen gab es Klagen über überfüllte Schlafräume von Seiten der Beschäftigten in Fabrik 3 und auch 2.

Eine strikte Kontrolle der Schlaftrakte schränkt die Beschäftigten ernsthaft in ihrer Bewegungsfreiheit und bei der Aufrechterhaltung von Sozialkontakten mit Verwandten und FreundInnen ein. Für die Beschäftigten in Fabrik 3 gibt es eine mitternächtliche Ausgangssperre und das Verbot, Außenstehende, auch Familienmitglieder, in das Gebäude zu lassen. Auch Fabrik 1 hat eine solche Besuchsregelung, aber die Beschäftigten selber können kommen und gehen, wie es ihnen passt.

17 People's Daily, Social Insurance policy has become worthless: a wave of migrant workers resign and cash-in their pension (Shebao zhengce cheng jilei: nongmingong cigong tuibao cheng chao), 8. Januar 2008. Unter: <http://news.sina.com.cn/c/2008-01-08/030314688714.shtml> [zuletzt abgefragt 2.Juli 2008]

◆ Soziale Sicherheit

Zahlen die untersuchten Fabriken Beiträge zur Sozialversicherung aller Beschäftigten?

Ja	Nein
Fabrik 3, Fabrik 1	Fabrik 4, Fabrik 5, Fabrik 2, Fabrik 6

Gibt es für alle Arbeitnehmerinnen bezahlten Mutterschaftsurlaub in den untersuchten Fabriken?

Ja	Nein
Fabrik 5, Fabrik 3, Fabrik 1	Fabrik 4, Fabrik 2, Fabrik 6

Chinas System der sozialen Sicherheit beruht auf dem Prinzip einer Versicherung, in die Arbeitgeber und/oder Einzelpersonen Beiträge zahlen müssen. Das jüngst in Kraft getretene Arbeitsvertragsgesetz hat bekräftigt, dass Arbeitgeber fünf Sozialversicherungsleistungen 'einkaufen' müssen: Renten-, Kranken- und Berufsunfallversicherung, Arbeitslosenversicherung und Mutterschaftsversicherung für Frauen. In der Provinz Guangdong müssen Arbeitgeber 10 Prozent der Lohnsumme ihrer Beschäftigten in die Rentenversicherung einzahlen, Einzelpersonen zahlen 8 Prozent Beiträge. Die Krankenversicherung wird nur vom Arbeitgeber getragen (berechnet als 2 Prozent des Lohns) ebenso wie die betriebliche Unfall- (1 bis 1,5 Prozent des Lohnes), Mutterschafts- (0,5 Prozent des Lohnes) und Arbeitslosenversicherung ausschließlich vom Arbeitgeber bezahlt werden.

Eine besorgniserregend hohe Zahl von Unternehmen kommt dieser Verpflichtung jedoch nicht nach. Nach Schätzungen der Zeitung *People's Daily* vom Januar 2008 haben nur 15% von Chinas geschätzten 120 Millionen ArbeitsmigrantInnen einen Rentenanspruch.¹⁷

Erstaunlicherweise hat soziale Sicherheit für viele ArbeitsmigrantInnen im Perlflossdelta nicht erste Priorität. Für viele ist es ein zu langfristiger Anlagehorizont und andere werden zu Recht von der Tatsache abgehalten, dass



Sozialversicherungsansprüche meistens nicht zwischen Städten und/oder Provinzen übertragbar sind! Wenn ArbeitsmigrantInnen nach Hause zurückkehren, können sie ihre Sozialversicherungsansprüche entweder aufgeben oder sich nur *ihre eigenen Beiträge auszahlen lassen*, während die Beiträge der Arbeitgeber in den kommunalen Haushalten landen; Arbeitgeber sind folglich noch weniger gewillt, ihre Beschäftigten zu versichern.¹⁸

Von den sechs ausgewählten Fabriken haben nur zwei eine Renten-, Kranken- und Berufsunfallversicherung für alle Beschäftigten abgeschlossen (Fabriken 3 und 1 – aber Nr. 1 erst nach einer Probezeit von 2 Monaten). Bemerkenswerterweise gibt es auch in Fabrik 4 eine Sozialversicherung, aber viele Beschäftigte haben sich darüber beschwert, dass ihnen Rentenversicherungsbeiträge vom Lohn abgezogen werden; daraufhin hat man die Rentenbeiträge für jene ArbeitnehmerInnen gestrichen, die eine schriftliche Vereinbarung mit dem Betrieb unterschreiben. In Fabrik 5 gab es eine soziale Absicherung nur für Beschäftigte, die länger als ein Jahr im Betrieb waren, aber auch hier waren die Beschäftigten unzufrieden damit, dass sie Beiträge zahlen sollten.

Als unglaublich positiv war in der vorliegenden Untersuchung zu vermerken, dass es in drei Fabriken bezahlten Mutterschaftsurlaub gab – eine ansonsten seltene Leistung unter den Privatunternehmen der Region, um die auch viele Frauen des globalen Nordens noch immer kämpfen. In Fabrik 1 und 5 gab es einen Anspruch auf drei Monate Grundlohn, während Fabrik 3 zwischen 90 bis 125 Tage Grundlohn für Frauen und sogar 10 Tage für Männer anbietet. Für Frauen besteht nach Art. 7 der *Verordnung zum Schutz weiblicher Beschäftigter* ein Anspruch auf mindestens 90 Tage vom Arbeitgeber bezahlten Mutterschaftsurlaub, aber dieser Teil der Gesetzgebung wird in der Privatindustrie i.d.R. vollkommen ignoriert.

¹⁸ China Labor News Translations, Systematic government theft of migrant workers' retirement pensions, Juli 2008. Unter: <http://www.clntranslations.org/article/31/systematic-government-theft-of-migrant-workers-retirement-pensions> [zuletzt abgefragt 2. Oktober 2008]

◆ Betrieblicher Arbeits- und Gesundheitsschutz (AGS)

Hat es in den untersuchten Fabriken AGS-Schulungen gegeben?	
Ja	Nein
Keine	Alle

Gibt es in den untersuchten Fabriken regelmäßig medizinische Untersuchungen der Beschäftigten?	
Ja	Nein
Fabrik 1	Fabrik 4, Fabrik 5, Fabrik 3, Fabrik 2, Fabrik 6

Die Risiken im betrieblichen Arbeits- und Gesundheitsschutz (AGS) waren vielfältiger Natur, aber eines war allen Fabriken gemeinsam: Keine/r der befragten Beschäftigten hatte jemals irgendeine AGS-Schulung erhalten. Alle Fabriken mit Ausnahme von Fabrik 6/Bekleidung schulten neue Arbeitskräfte mehr oder weniger förmlich, dabei ging es aber nur um betriebliche Vorschriften und grundsätzliche Verfahren. In keiner Fabrik gab es einen AGS-Ausschuss oder eine aktive Gewerkschaft. Der AGS ist ausschließlich die Aufgabe der Geschäftsleitung.

Die Beschäftigten erwähnten vielfältige Sicherheitsprobleme, die ihnen Sorgen machten. Dazu zählt ohne Zweifel, dass ArbeitnehmerInnen wenig über die eingesetzten Chemikalien, u.a. Verdünnungs-, Löse-, Reinigungsmittel, Farb- und Kunststoffe, wissen. Die Beschäftigten von 2 Fabriken hatten das Gefühl, dass ihre Maschinen nicht ausreichend gesichert seien. Beschäftigte in Fabrik 4 beschwerten sich über sehr starke Lärmbelästigung im Maschinenbereich – wobei die Geschäftsleitung Ohrstöpsel zur Verfügung stellt – und unerträgliche Hitze im gesamten Betrieb. Beschäftigte in Fabrik 6 äußerten sich besorgt über die schlecht geschützten Schneiden der Stoffschneidemaschinen, die unbequeme Mundschutzmaske zum Schutz gegen in die Lunge eindringende Textilfasern sowie

über Gefahren, die von Gabelstaplern und anderen Fahrzeugen ausgehen, die den Beschäftigten auf kleinem Raum entgegen kommen.

Nur in den Fabriken 2 und 6 hatten die Beschäftigten von anderen gehört, die sich im Betrieb ernsthaft verletzt hatten. Sie konnten nicht genau angeben, wie die Verletzungen entstanden noch wie sie behandelt wurden. Kein/e Beschäftigte/r hatte von einer Berufskrankheit an seinem/ihrem Arbeitsplatz gehört. Insgesamt waren die Beschäftigten nur begrenzt über Fragen der Arbeitssicherheit informiert, sodass entsprechende Schulung notwendig ist.

Außerdem werden die Beschäftigten nur in einer Fabrik – Nr. 1 – regelmäßig medizinisch untersucht und über ihren Gesundheitszustand informiert. Alle anderen mit Ausnahme von Fabrik 6 erwarten von den ArbeitnehmerInnen, dass sie sich vor Einstellung auf eigene Kosten untersuchen lassen. Ein/e Beschäftigte/r arbeitet seit fast 10 Jahren in der Fabrik 6 und wurde noch kein einziges Mal medizinisch untersucht. Außer bei Beschäftigten in risikoreichen Branchen besteht für Arbeitgeber keine gesetzliche Verpflichtung, regelmäßige medizinische Untersuchungen durchführen zu lassen.

◆ Arbeitsbeziehungen

Gibt es in den untersuchten Fabriken Gewerkschaften, die dem Dachverband ACFTU angehören oder eine Arbeitnehmervertretung?

Ja

Nein

Fabrik 5, Fabrik 3, Fabrik 1
(aber weder aktiv noch repräsentativ)

Fabrik 4, Fabrik 2, Fabrik 6

Gibt es in den untersuchten Fabriken Vorschlagskästen?

Ja

Nein

Fabrik 3, Fabrik 1

Fabrik 4, Fabrik 5, Fabrik 2, Fabrik 6

China hat die ILO-Übereinkommen Nr. 87 und Nr. 98 über Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen nicht ratifiziert. Das Land ist berüchtigt für seine 'gelben Gewerkschaften', d.h. dem Gesamtchinesischen Gewerkschaftsverband (ACFTU) angeschlossene bürokratische Gebilde, die auf betrieblicher Ebene häufig der Fabrikleitung oder kommunistischen Kadern unterstehen. Vom rechtlichen Standpunkt aus ist die Gründung einer Gewerkschaft in China ein sehr einfaches Verfahren. Erforderlich sind dafür nur 25 ArbeitnehmerInnen, die einen entsprechenden Antrag an das örtliche ACFTU-Gewerkschaftsbüro richten; noch häufiger gibt es einfach eine entsprechende Absprache zwischen den örtlichen ACFTU-Vertretern und der Fabrikleitung. Der Dachverband ist sehr an der Gründung von Gewerkschaften interessiert, weil Unternehmen per Gesetz 2 Prozent der Lohnsumme an die betriebliche Gewerkschaft entrichten müssen, wovon ein erheblicher Teil an höhere Gewerkschaftsorgane weitergereicht wird. Das Gewerkschaftsgesetz billigt den Gewerkschaften erhebliche Mitspracherechte in der Leitung der Unternehmen zu. In Staatsbetrieben spielen sie eine wichtige Rolle, wobei die von der Regierung bestellte Fabrikleitung, Parteikader und Gewerkschaftsvertretung mehr oder weniger gut zusammenarbeiten. In der Privatwirtschaft hat sich dieses Gewerkschaftsmodell jedoch nicht durchgesetzt. Seit Jahren hat die Einrichtung von Gewerkschaften in ausländischen Unternehmen erste Priorität bei nationalen und regionalen Regierungen. Die nationale Ebene hat einen gewerkschaftlichen Organisationsgrad in ausländischen Unternehmen von 60 Prozent für 2006 und 80 Prozent 2007 festgelegt – wobei zu bezweifeln steht, ob die Basis an der Gründung irgendeiner im Zuge dieser Kampagne entstandenen Gewerkschaft beteiligt war.¹⁹

Nicht überraschend ist die Tatsache, dass es in keiner der untersuchten Fabriken irgendein

¹⁹ 21st Century Financial Times, The strength of the ACFTU pushes foreign capital to set up unions: why are hard-stayers like Wal-Mart resisting? (Quanzong litui waizi qiye jianli gonghui: woerma deng dezihu yuanhe jujue?), 2. April 2006. Unter: <http://finance.sina.com.cn/20060402/10022466907.shtml> [abgefragt 16. Oktober 2008].



funktionierendes System organisierter Arbeitsbeziehungen oder Organe zur Interessenvertretung der Beschäftigten gibt. Drei Fabriken – Fabrik 5, 3 und 1 – haben Gewerkschaftsbüros, aber den Beschäftigten ist davon praktisch nichts bekannt. Nur in Fabrik 3 äußerte sich eine Beschäftigte zur Gewerkschaft: »Das ist reine Formsache«, meinte sie. In dem Betrieb stellt die Unternehmensleitung den/die gewerkschaftliche/n Vorsitzende/n und alle Ausschussmitglieder. Die fehlende Präsenz echter Gewerkschaften führt dazu, dass viele Arbeitnehmerrechte vorenthalten werden, u.a. auch die erforderliche Zustimmung der Gewerkschaft zu Überstunden.

Sowohl in Fabrik 1 wie auch in 3 gibt es Vorschlagskästen (wahrscheinlich, um die Einkäufer der Handelsketten zu beeindrucken), die aber nach Aussage der Beschäftigten niemand nutzt. Interessanterweise gibt es in Fabrik 3 auch einen Aushang mit der Telefonnummer der örtlichen Arbeitsverwaltung und der Aufforderung, im Falle ausstehender Löhne und nicht unterzeichneter Arbeitsverträge dort anzurufen. In beiden Fällen werden die Vorschlagskästen jedoch nicht als Kommunikationsmittel zwischen Beschäftigten und Geschäftsleitung eingesetzt.

Das große Interesse der Regierung an wachsender gewerkschaftlicher Präsenz im Privatsektor erklärt sich teilweise durch die Häufigkeit von Arbeitskonflikten. Beschäftigte von Fabrik 2 wie auch Fabrik 5 konnten sich an Streiks vergangener Jahre in ihrem Betrieb erinnern, die ohne Mitwirkung der sogenannten Betriebsgewerkschaften stattfanden. In Fabrik 2 ging es dabei um Lohnzahlungen und in Fabrik 5 sowohl um Löhne wie auch Ruhezeiten – womit die weitverbreitete Annahme widerlegt wäre, dass chinesische ArbeitnehmerInnen immer zu Überstunden bereit seien. Die ForscherInnen fanden im Internet auch Hinweise darauf, dass es kürzlich zu größeren Rechtsstreitigkeiten in Fabrik 3 wiederum wegen Erholungszeiten und finanzieller Entschädigung für nicht weiter ausgeführte Verstöße gekommen war. Der Ausgang des Verfahrens ist nicht bekannt.

◆ Arbeitsverträge

Gibt es in den untersuchten Fabriken rechtsverbindliche Verträge mit allen Beschäftigten?

Ja	Nein
Fabrik 4, Fabrik 3, Fabrik 1	Fabrik 5, Fabrik 2, Fabrik 6

Die Förderung individueller Arbeitsverträge klingt vielleicht nicht gerade fortschrittlich, aber die chinesische Nationalregierung versucht auf diesem Wege das Problem der Gelegenheitsarbeit in der Privatwirtschaft in den Griff zu kriegen. Das viel diskutierte Arbeitsvertragsgesetz trat am 1. Januar 2008 in Kraft. Per Gesetz muss danach jede/r chinesische Beschäftigte entweder durch individuellen oder kollektiven Vertrag geschützt sein – auch wenn es im Perflussdelta tatsächlich nur sehr wenige Fabriken mit Kollektivverträgen oder einer für Verhandlungen zuständigen Gewerkschaft gibt. Erhalten ArbeitnehmerInnen keinen Vertrag, haben sie Anspruch auf Entschädigung in Höhe eines Monatslohns für jeden vertragslosen Monat der Beschäftigung. Sind sie zehn Jahre und länger im gleichen Betrieb, haben sie automatisch Anspruch auf einen unbefristeten Vertrag. Außerdem können ArbeitnehmerInnen nur maximal zwei befristete Arbeitsverträge mit demselben Arbeitgeber abschließen – z.B. ein Jahr, drei Jahre – und treten dann in einen unbefristeten Vertrag ein. Den ArbeitnehmerInnen muss eine Kopie des Vertrages ausgehändigt werden.

Trotz der ganzen Aufregung über das neue Gesetz hatte überraschenderweise nur die Hälfte der untersuchten Fabriken die gesetzlich vorgeschriebenen Arbeitsverträge für alle Beschäftigten abgeschlossen. In Fabrik 6 scheint es gar keine Verträge zu geben. In Fabrik 2 haben anscheinend nur einige Beschäftigte Verträge. Einer der Befragten hat dort schon länger als 6 Monate gearbeitet, aber noch keinen Vertrag erhalten. In Fabrik 5/Kosmetik wurde den Beschäftigten zwar ein Vertrag vorgelegt, doch in sehr merkwürdiger und fragwürdiger Form. Die Befragten berichteten, ihnen sei ein unbeschriebenes Blatt Papier zur Unterschrift

vorgelegt und von der Geschäftsleitung als 'Tarifvertrag' bezeichnet worden mit der Bemerkung, sich keine Sorgen zu machen, das Ganze sei »nur für die Regierung«. Keine/r der Befragten hatte bisher lange genug im Betrieb gearbeitet, um schon Anspruch auf einen unbefristeten Vertrag zu haben, obwohl es dem Hörensagen nach in Fabrik 3 ArbeitnehmerInnen geben soll, die nach über 10 Jahren Betriebszugehörigkeit nunmehr feste Verträge haben.

◆ Kündigung

Können ArbeitnehmerInnen kündigen, wann sie wollen?	
Ja	Nein
Alle	Keine/r

Für viele ArbeitnehmerInnen im Perflussdelta ist eine Kündigung vor allem in der Hochsaison mit erheblichen Schwierigkeiten verbunden. Häufig verweigern Vorgesetzte die Zahlung ausstehender Löhne, wenn ein/e ArbeitnehmerIn gegen den Willen der Geschäftsleitung kündigt. Manchmal fordert man von den Beschäftigten sogar gesetzeswidrig eine Kautions, die nicht zurückgezahlt wird, wenn sie ohne Zustimmung gehen. Beschäftigte aller sechs Fabriken sagten glücklicherweise aus, dass sie problemlos kündigen könnten. Die meisten Betriebe hatten eine Kündigungsfrist von einem Monat, andere von nur ein paar Tagen. In den Befragungen kamen keine Beispiele zu Tage, in denen die Geschäftsleitung wegen Kündigung Gelder nicht ausgezahlt hätte.

◆ Geldstrafen

Können ArbeitnehmerInnen ohne Angst vor Geldstrafen arbeiten?	
Ja	Nein
Fabrik 5, Fabrik 2, Fabrik 6	Fabrik 4, Fabrik 3, Fabrik 1

Die privatwirtschaftlichen Betriebe im Perflussdelta verwenden eher die Peitsche als das Zuckerbrot. In drei der sechs Fabriken gibt es

disziplinarische Geldstrafen bei Verletzung betrieblicher Vorschriften, die jedoch nach Aussage der Beschäftigten selten verhängt werden. Am höchsten lagen die Geldstrafen in Fabrik 4: Ein Tageslohn für kleine Vergehen und ein Wochenlohn für ernsthafte Verstöße; die Befragten berichteten, dass ihnen niemand bekannt sei, der eine hohe Geldstrafe zahlen musste. In Fabrik 2 liegen die Geldstrafen zwischen 10 und 50 Yuan (1,20 bis 5,60 Euro) und in Fabrik 1 zwischen 20 und 50 Yuan (2,40 bis 5,60 Euro) – aber beide Unternehmen verhängen selten Höchststrafen. Interessanterweise lässt sich in der Untersuchung feststellen, dass strikte Führungspraktiken wie Geldstrafen und geregelte Schlafräumenutzung gerade in jenen Unternehmen vorkamen, die ansonsten ihre MitarbeiterInnen ganz gut behandelten und gesetzliche Vorschriften einhielten.

◆ Geschlechterdiskriminierung

Werden ArbeitnehmerInnen bei der Einstellung wegen des Geschlechts diskriminiert?	
Ja	Nein
Alle	Keine/r

Im Perflussdelta stellen die Betriebe vorzugsweise Frauen ein, und Männer sind es, die bei der Einstellung diskriminiert werden. Männer sollen angeblich schwerer zu führen und eher in Schlägereien verwickelt sein, Alkohol konsumieren, keine Autorität respektieren und sich vor allem für ihre Rechte einsetzen. Tatsächlich sind es nach der Erfahrung dieser NRO die Männer, die die meisten Arbeitskonflikte vom Zaun brechen oder anführen. Frauen machten ungefähr 60 bis 80 Prozent der Beschäftigten in den untersuchten Fabriken aus. Zum Zeitpunkt der Untersuchung stellte Fabrik 2 gar keine neuen männlichen Mitarbeiter ein – Ende der Diskussion! In Fabrik 4 konnten sich Frauen direkt und ohne Vermittlungsgebühr beim Unternehmen bewerben, während Männer eine Arbeitsagentur einschalten und 300 Yuan (34 Euro) zahlen mussten – ein Drittel des monatlichen Mindestlohns. Fabrik 1 stellt sehr wenig Männer ein, verfolgt aber keine offenen deklarierte entsprechende Politik.



Crane Sportbekleidung für Aldi in der südchinesischen Zulieferfabrik Quanxin Knitting (Foto: Roland Müller-Heidenreich)

Abgesehen von der Einstellungsphase gab es wenig über Geschlechterdiskriminierung zu berichten. Bei gleicher Arbeit gibt es keine erkennbaren Lohnunterschiede, obwohl Männer in den besser bezahlten Führungspositionen dominieren. Allgemein sagten die ArbeitnehmerInnen aus, dass bestimmte manuelle Arbeiten den Männern übertragen würden, z.B. beim Transport und Laden von Waren usw. In Fabrik 3 wurde die von Männern geleistete Arbeit als anstrengender als die der Frauen angesehen. Gleichzeitig gab es nur in dieser Fabrik bezahlten Elternurlaub für Männer und Frauen (90 bis 125 Tage für Frauen und 10 für Männer). Man hatte von keinem Fall gehört, in dem Frauen wegen einer Schwangerschaft gekündigt worden wäre.

Erst seit kurzem gibt es in China Gesetze, die ausdrücklich die Diskriminierung bei der Beschäftigung untersagen, nämlich das am

1. Januar 2008 in Kraft getretene Beschäftigungsförderungsgesetz. Es schreibt den Gleichbehandlungsgrundsatz bei der Beschäftigung fest und verbietet Diskriminierung aufgrund des Geschlechts, der ethnischen Zugehörigkeit, Religion etc. – wobei zur Zeit Hepatitis B-PatientInnen darum kämpfen, ob sie unter das Wort »etc.« fallen. Aber es braucht Zeit, bis ArbeitnehmerInnen das Konzept der Diskriminierung angenommen haben. Nicht selten findet man in den Stellenanzeigen die Angabe von Mindestgrößen oder den Hinweis, dass Menschen aus bestimmten Provinzen bzw. mit bestimmten Erkrankungen wie Hepatitis B ausdrücklich ausgenommen werden, wenn auch im Perflussdelta zunehmend weniger offen.

◆ Kinderarbeit

Halten sich die untersuchten Fabriken an das Arbeitsverbot für Kinder unter 16?

Ja	Nein
Alle	Keine

Gibt es in den untersuchten Fabriken besondere Schutzmaßnahmen für Beschäftigte zwischen 16–18?

Ja	Nein
Keine	Alle

In keiner der untersuchten Fabriken wurde Kinderarbeit festgestellt. In China müssen Kinder das 16. Lebensjahr erreicht haben, bevor sie eine Arbeit aufnehmen können. In Chinas Gesetzen gibt es auch die Kategorie der nicht-volljährigen ArbeitnehmerInnen (*weichengnian gong*); für diese Jugendlichen unter 18 gelten besondere Schutzmaßnahmen, u.a. Ausschluss von Nachtschichten und gefährlicher Arbeit. Drei untersuchte Fabriken – Fabrik 4, Fabrik 5 und Fabrik 3 – stellen grundsätzlich niemanden unter 18 ein, während in Fabrik 5 zumindest ein/e 17-Jährige/r gefunden wurde, der/die sich mit einer ausgeliehenen Identitätskarte eingeschmuggelt hatte. In keiner der Fabriken gab es eine Sonderbehandlung für Beschäftigte unter 18.

Schlussfolgerung

Seit nunmehr über zehn Jahren sind Verletzungen von Arbeitnehmerrechten in chinesischen Zulieferbetrieben internationaler Handelsketten fallweise bekannt geworden und unterstreichen die Notwendigkeit, dass sich diese für eine sozialverträgliche Beschaffung einsetzen. Es ist lobenswert, wenn sich infolgedessen einige Handelsketten für die Beschäftigten in ihren Lieferketten sozial verantwortlich erklären, aber es sei daran erinnert, dass ein solches freiwilliges Engagement problematisch ist. Üblicherweise werden ethische Selbstverpflichtungen gegenüber den Zulieferern umgangen, sobald diese mit finanziellen und logistischen Interessen der Unternehmen kollidieren. ArbeitnehmerInnen müssen in erster Linie durch verbindliche staatliche Vorschriften geschützt werden und das Recht erhalten, unabhängige Arbeitnehmerorganisationen nach internationalem Recht zu gründen; sie sollten



(Foto: Dominic Kloos)

nicht von freiwilligen Maßnahmen abhängig sein, die nach der Logik freier Marktkonkurrenz jederzeit wieder zurückgenommen werden können.

Südchinesische Aldi-Zulieferfabrik Quanxin Knitting (Foto: Winfried Fleischmann)



6. Globale soziale Rechenschaftspflicht und Aldi

Die weltweite Debatte um eine freiwillige globale soziale Sozialverantwortung (CSR = Corporate Social Responsibility) von Unternehmen hat in den vergangenen Jahren einen großen Aufschwung erfahren. War sie Anfang der 1990er Jahre aus der Kritik von Nichtregierungsorganisationen und Gewerkschaften an den sozialen Verwerfungen der Globalisierung entstanden, so wird sie seither immer stärker von Unternehmen und Regierungen dominiert, die sie zu einer Werbung für eine freiwillige arbeitsrechtliche Regulierung als Alternative zu einer bindenden staatlichen Regulierung nutzen. Damit folgen sie dem Dogma der Deregulierung von Arbeits- und Sozialrechten, die die neoliberale Globalisierungspolitik in den letzten Jahrzehnten kennzeichnete.

Ausdruck für diesen Trend ist zum Beispiel

- a. das Votum des G8-Arbeitsministertreffens vom 6.–8.5.2007 für eine freiwillige CSR-Politik von Unternehmen, in dem gewerkschaftliche Forderungen nach einer bindenden Sozialverpflichtung von Unternehmen im Vorfeld des Gipfels ignoriert worden waren, oder
- b. die Herabstufung des 1999 geplanten Frauenfördergesetzes zu einer Empfehlung an die deutsche Wirtschaft im Jahr 2001, oder
- c. die Streichung der Wirtschaft als direkter Adressatin des Verbraucherinformationsgesetzes von 2008, das im Unterschied zum Gesetzentwurf von 2002 nur mehr die Bundesregierung auskunftspflichtig macht.

Entsprechend dieser Schwerpunktsetzung hat die Bundesregierung ihre CSR-Aktivitäten ausgeweitet und eine CSR-Internetplattform beim Bundesministerium für Arbeit und Soziales eingerichtet (www.csr-in-deutschland.de). Diese wird als Schritt zur Entwicklung einer nationalen CSR-Strategie bewertet.

Auch die EU-Kommission und die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) lehnen eine sanktionsbehaftete globale Sozialverpflichtung von Unternehmen ab, ebenso wie UN-Sonderberichterstatter John Ruggie in seinem Abschlussbericht zu den »UN-Normen für die Verantwortlichkeit transnationaler Unternehmen und anderer Wirtschaftsunternehmen im Hinblick auf die Menschenrechte«, den er dem UN-Menschenrechtsrat im April 2008 vorlegte (*Ruggie 2008*). Mit der steigenden Rolle Chinas als weltweit führendem Exporteur von Textil- und Bekleidung hat sich dort in dieser Branche auch ein CSR-Diskurs entwickelt, für den die »Erklärung zur Sozialen Verantwortung des chinesischen Industrieverbands Textil und Bekleidung« von 2006 ein markanter Ausdruck ist.

Im Licht dieser Entwicklung hat sich im Jahr 2007 auch die Unternehmensgruppe Aldi entschlossen, eine öffentliche Position zu CSR einzunehmen und damit seinen Grundsatz aufzugeben, nicht an öffentlich geführten gesellschaftlichen Diskursen teilzunehmen. Mit der Stellungnahme zu CSR in der SÜDWIND-Publikation vom Mai 2007 (*Wick 2007b:73–74*) hat Aldi erstmalig eine solche Verantwortung dokumentiert. Jedoch lehnt Aldi eine aktive Rolle bei der öffentlichen CSR-Debatte durch eine Teilnahme an Tagungen, Podiumsveranstaltungen, Presseinterviews etc. ab.

Im Vorfeld von Aktionen der Kampagne für Saubere Kleidung (CCC = Clean Clothes Campaign) vor Aldi-Filialen am 8. März 2008 entschied sich Aldi darüber hinaus zu einer Mitgliedschaft in der »Business Social Compliance Initiative« (BSCI), die im Jahr 2004 von führenden europäischen Handelsunternehmen in Brüssel gegründet worden war. Aldi zog damit mit seinen Konkurrenten Lidl und Tchibo gleich, die diesen Schritt einige Monate zuvor vollzogen hatten. Das erklärte Ziel der BSCI ist

eine Verbesserung von Sozialstandards in den globalen Zulieferketten von Mitgliedsunternehmen, allerdings mit freiwilligen Selbstverpflichtungen, und ausdrücklich in Opposition zu bindenden gesetzlichen Regelungen, wie sie beispielsweise das EU-Parlament seit 1999 fordert. Mittlerweile gehören der BSCI insgesamt 241 europäische Handelsunternehmen an. In ihrer Arbeit lässt sich die BSCI u.a. von NROs und Gewerkschaften beraten.

Seit der Gründung hatte die CCC die BSCI auf Grund ihrer fehlenden unabhängigen Kontrolle und demokratischen Teilhabe von Interessensvertretungen der Beschäftigten auf der Entscheidungsebene kritisiert (Merk 2005). Auch moniert sie die fehlende Forderung nach einem Existenz sichernden Lohn. Entsprechend kommentierte die deutsche CCC die Mitgliedschaft von Aldi in der BSCI als einen eher symbolischen Schritt, dem weitere Maßnahmen folgen müssten, um eine nachhaltige Verbesserung von Arbeitsbedingungen in globalen Zulieferbetrieben zu erreichen. Zu

diesen Maßnahmen zählte die CCC beispielsweise mit Blick auf die CSR-Politik von Aldi ein unabhängiges Verifizierungssystem sowie eine Aufdeckung seiner konkreten Einkaufsbedingungen bzgl. der Preisgestaltung und der Lieferfristen gegenüber den Lieferanten. Am Beispiel der Arbeitsrechtsverletzungen bei Aldi-Zulieferern in China und Indonesien forderte die CCC jedoch ebenso politische EntscheidungsträgerInnen auf, z.B. über eine Nachbesserung des 2008 in Kraft getretenen Verbraucherinformationsgesetzes, verbindliche Auflagen für die globale Beschaffungspraxis von Unternehmen zu entwickeln, damit Arbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO = International Labour Organisation) in den Lieferketten eingehalten werden. Denn detaillierte Wirkungsanalysen von freiwilligen Selbstverpflichtungen von Unternehmen, wie z.B. die der britischen »Ethical Trading Initiative« vom Oktober 2006 über Verhaltenskodizes von Unternehmen, zeigen, dass diese zwar für die Bewusstseinsarbeit sinnvoll sind, eine Verbesserung von Arbeitsbedingungen aber vor allem über eine wirksamere Regierungskontrolle erreicht werden muss (Barrientos/Smith 2006).

Handzettel für Aldi-Aktionen der Kampagne für Saubere Kleidung 2008

**ALL DIE TEXTIL-SCHNÄPPCHEN –
NUR UM DEN PREIS
VON HUNGERLÖHNEN!**

Leitmotive von der Näh-Arbeit – Augen aufhalten und weiter...

Aus dem Film CHINA BLS/Regie: Micha X. Peled (Foto: BFLM/Vertrieb:VZ Media)

Textilschnäppchen bei Aldi haben einen hohen Preis: Näherinnen in China schufteten Tag und Nacht, um zu überleben. Um wach zu bleiben, halten sie ihre Augen mit Klammern offen. Monatlang erhalten sie keinen Lohn. In den Fabriken herrschen Angst und Schrecken. Auch Kinder arbeiten für Aldi-Zulieferer. Bisher hält sich Aldi mit einem Programm zur Sozialverantwortung für weltweite Zuliefer-Fabriken zurück, deshalb sollten VerbraucherInnen Druck auf das Unternehmen ausüben.

... was kann ich tun? →

Neben der Mitgliedschaft in der BSCI unternahm Aldi im Vorfeld der CCC-Aktionen vor Aldi-Filialen in sechs deutschen Städten im März 2008 eine Reihe weiterer Schritte: In allen Filialen wurden Tausende von Flugblättern mit dem Titel »Aldi Süd (bzw. Nord) übernimmt Verantwortung« ausgelegt, mit denen auf den jüngsten Beitritt zur BSCI und deren Sozialstandards verwiesen wurde. Eine ähnliche Antwort erhalten seither alle AbsenderInnen von Protestschreiben an Aldi, die von der CCC verbreitet worden waren, sowie die InitiatorInnen von Veranstaltungen zu der CSR-Politik von Aldi. Entsprechend richtete Aldi Süd auf seiner Homepage eine eigene Rubrik »Verantwortlich handeln« ein.

Mit diesen Schritten reagiert Aldi auf das wachsende VerbraucherInneninteresse an umwelt- und sozialverträglich produzierten Waren und auf sein schlechtes Ranking in Nachhaltigkeitstests. Im »Good Company Ranking« 2007 des Manager-Magazins hatte Aldi z.B.

die dritt schlechteste Position von 120 Unternehmen eingenommen, vor Lidl und Glencore (Müller 2007). Im Nachhaltigkeits-Ranking des Instituts für Ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und der Unternehmensvereinigung future von 2007 hatte es noch geheißt, dass von 150 angefragten Unternehmen ca. ein Drittel keine Nachhaltigkeitsberichte herausgeben und auf ihren Homepages über dieses Thema nicht berichten (CSR-News 2007). Zu diesem Drittel gehören die Unternehmen Aldi, Lidl und Schlecker, die an diesem »Thema nach wie vor nicht interessiert« sind (ebd.: 1).

Da freiwillige CSR-Maßnahmen bestenfalls einzelne Verbesserungen im Arbeitsalltag von Beschäftigten bei globalen Zulieferern von multinationalen Unternehmen erreichen und die Bilanz für die Mehrheit der Beschäftigten nach einer über zehnjährigen Praxis sehr erüchtern ist (Barrientos/Smith 2006), treten immer mehr Basisgruppen und Gewerkschaften für eine bindende Verpflichtung von Unternehmen zur Einhaltung von Arbeits- und Sozialstandards in ihren Wertschöpfungsketten ein. In den letzten Monaten sind neue Netzwerke für eine »Globale soziale Rechenschaftspflicht von Unternehmen« entstanden, die sich dafür einsetzen, dass diese in den Gesetzeswerken einzelner Staaten und internationaler Regierungsorganisationen verankert werden soll.

Dieser Aufgabe widmen sich Bündnisse wie

- a. die deutsche und europäische Supermarktinitiative,
- b. die »European Coalition for Corporate Justice« (ECCJ),
- c. Corporate Accountability in Deutschland (CorA), in dem die Kampagne für Saubere Kleidung, ver.di und das SÜDWIND Institut Mitglieder sind, und
- d. Corporate Responsibility Reporting in Großbritannien (CORE).

Zum Katalog ihrer Arbeitsfelder gehören z.B. eine Regulierung der Einkaufsmacht von Supermarktunternehmen mit Blick auf die Einhaltung ökologischer und sozialer Standards in der gesamten Lieferkette, eine bindende Unternehmensberichterstattung sowie eine

öffentliche Beschaffung, die derartige Standards berücksichtigt.

Diese Initiativen berufen sich nicht zuletzt auf Entschlüsse des Europäischen Parlaments, das seit 1999 zum Thema CSR u.a. eine bindende Berichtspflicht zur Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards, eine persönliche Haftung von Führungskräften für das sozial-ökologische Fehlverhalten von Unternehmen sowie eine Unternehmenshaftung für Verstöße bei den extraterritorialen Aktivitäten von Unternehmen fordert.

Ob es GlobalisierungskritikerInnen gelingt, aus den jüngsten Debatten über die aktive Rolle von Staaten als Folge der weltweiten Finanzkrise eine neue Dynamik für eine bindende Sozialverpflichtung von Unternehmen zu entfalten, ist eine offene Frage.

Auslage in Aldi Süd-Filialen zum Aktionstag der Kampagne für Saubere Kleidung am 08.03.2008

ALDI SÜD übernimmt Verantwortung

Liebe Kundinnen, liebe Kunden,

als international tätiges Handelsunternehmen haben wir den Anspruch, dass die Produktion von Waren für unser Unternehmen unter menschenwürdigen Bedingungen erfolgt.

Um diesen Anspruch weltweit stärker durchsetzen zu können, ist **ALDI SÜD Anfang 2008 der Business Social Compliance Initiative (BSCI) beigetreten.** Die BSCI ist eine freiwillige internationale Initiative, deren Mitglieder aus Handel und Industrie sich zur Umsetzung und unabhängigen Kontrolle von Sozialstandards in Produktionsländern der Dritten Welt verpflichten.

Als BSCI-Mitglied trägt ALDI SÜD die Verantwortung dafür, dass seine Lieferunternehmen eine Politik der sozialen Verantwortung umsetzen und diese regelmäßig überprüfen lassen.

Wozu sich ALDI SÜD gemeinsam mit seinen Lieferanten verbindlich verpflichtet:

- Verbot von Kinderarbeit
- Verbot von Zwangsarbeit und Disziplinarmaßnahmen
- Verbot der Diskriminierung jeder Art
- Menschenwürdige Arbeitszeit- und Überstundenregelung
- Vorsorge für Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz
- Löhne, die dem gesetzlichen Mindestlohn bzw. den geltenden Industriestandards entsprechen
- Versammlungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen
- Berücksichtigung von Umwelt- und Sicherheitsfragen

Danke für Ihr Interesse!

Ihr ALDI SÜD Team



Weitere Informationen zum Thema unter:
www.aldi-sued.de | www.bsci-eu.org | www.unglobalcompact.org | www.ilo.org

7. Handlungsmöglichkeiten

Durch öffentliche Kampagnen und Protestaktionen von internationalen Netzwerken und Einzelpersonen sind zahlreiche multinationale Unternehmen seit Beginn der 1990er Jahre dazu gezwungen worden, ihre soziale Verantwortung für Beschäftigte in globalen Zulieferfabriken zu benennen. Ihr jahrelanger Verweis darauf, dass multinationale Handelsunternehmen für arbeits- und sozialrechtliche Fragen bei juristisch unabhängigen Lieferanten nicht zuständig seien, fruchtete immer weniger, je mehr Analysen über die Steuerung von globalen Wertschöpfungsketten durch multinationale Unternehmen und die ökonomische Abhängigkeit von Lieferanten veröffentlicht (*Gereffi 2005*) und je mehr Fallbeispiele über Arbeitsrechtsverletzungen insbesondere bei Textil-Zulieferern publiziert wurden (s. Homepages der Clean Clothes Campaign, des SÜDWIND Instituts u.a.).

Neben der weltweiten Textil- und Bekleidungsindustrie sind in den letzten Jahren auch zahlreiche andere Branchen Gegenstand derartiger Untersuchungen gewesen. Dies betrifft z.B. die globale Spielzeug-, Elektronik-, Blumen-, Teppich-, Steine- und Diamantenindustrie. Deren Ergebnisse fließen in die Kampagnen- und Öffentlichkeitsarbeit von zahlreichen Bündnissen von Nichtregierungsorganisationen und Gewerkschaften in Industrie- und Entwicklungsländern ein (Bsp. PC Global-Kampagne von WEED, Make IT Fair von Germanwatch, Fairspielt-Kampagne von Misereor, Aktionen von SÜDWIND zur kommunalen Beschaffung von Steinen aus China und Indien sowie zur Beachtung von Sozialstandards bei der Schürfung und Verarbeitung von Diamanten – s. Kontaktadressen in Kapitel 8).

Nachdem ihre Hauptstoßrichtung jahrelang die freiwillige Selbstverpflichtung von Unternehmen zu ihrer globalen Sozialverantwortung und die Schaffung unabhängiger Verifizierungseinrichtungen war, schließen sich nun immer mehr Gewerkschaften und Nichtregierungsorganisationen zu Bündnissen

zusammen, die auf eine rechtlich verbindliche Sozialverpflichtung von multinationalen Unternehmen gegenüber ihren Zulieferern drängen. Sie folgen damit der Erkenntnis, dass die annähernd 15-jährige Erfahrung mit freiwilligen Regulierungen des Einkaufsverhaltens von Unternehmen in Einzelfällen zwar einige Fortschritte, doch für das Gros der Beschäftigten in Zulieferbetrieben kaum Verbesserungen mit sich brachten. In neuen Allianzen wie z.B. OECD Watch, CorA und der Supermarktinitiative, haben sich nunmehr branchenübergreifend Organisationen zusammengeschlossen, um in ihrer Arbeit eine größere Wirkung zu entfalten.

Diese Ansätze einer inhaltlichen und organisatorischen Ausweitung der bisherigen Arbeit zu einer globalen Sozialverantwortung von Unternehmen gilt es nun u.a. am Beispiel des Discounters Aldi auszubauen. In einem mehrspurigen Vorgehen sollten sowohl Unternehmen wie Aldi als auch politische EntscheidungsträgerInnen AdressatInnen von Kampagnen, Protestaktionen und Initiativen zivilgesellschaftlicher Organisationen und Einzelpersonen sein. Dabei kommt es darauf an, ihre Initiativen noch stärker zu bündeln und der immer einflussreicheren Lobby der ausschließlich auf Freiwilligkeit setzenden CSR-Fraktion entgegenzutreten.

Arbeitsrecht ist Menschenrecht (Mirja Batosiewicz, ver.di-Gestaltungswettbewerb 2006)



7.1 Forderungen an die Adresse von Aldi und Discounter/Unternehmen

Die bisherigen Reaktionen von Aldi auf die Veröffentlichung der SÜDWIND-Publikation im Mai 2007 und die Aktionen der Kampagne für Saubere Kleidung (CCC) vor Aldi-Filialen im Jahr 2008 sind zwar als Abkehr von der öffentlichkeitsfeindlichen Geschäftspolitik des Unternehmens begrüßenswert, inhaltlich jedoch völlig unzureichend. Die Mitgliedschaft in der Unternehmensinitiative »Business Social Compliance Initiative« (BSCI) ist keine Garantie für eine nachhaltige Verbesserung der Arbeitsbedingungen bei globalen Zulieferern. Die BSCI ist ein unternehmensinternes Kontrollsystem zur Überprüfung von Sozialstandards bei den Zulieferern ihrer Mitgliedsunternehmen, jedoch keine unabhängige Verifizierungseinrichtung, als die sich BSCI gerne darstellt. An einer unabhängigen Überprüfungseinrichtung müssten auf Entscheidungsebene Interessenvertretungen von Beschäftigten beteiligt sein, was heute nicht der Fall ist.

Im Fokus der Forderungen an Aldi sollte darüber hinaus eine Überprüfung der Einkaufspraktiken gegenüber den Lieferanten stehen. Denn ein immer schärferer Preisdruck auf Lieferanten und Forderungen nach immer kürzeren Lieferfristen, die heute den internationalen Standortwettbewerb kennzeichnen, sind in hohem Maß für Arbeitsrechtsverletzungen in globalen Lieferketten multinationaler Handelsunternehmen verantwortlich (s. Kapitel 2).

Aus den Erfahrungen bisheriger weltweiter Kodex-Kampagnen sind mit Blick auf Aldi folgende Mindestvoraussetzungen zu beachten, die das Unternehmen bisher nicht umgesetzt hat:

- Der Katalog von »sauberen« Arbeitsbedingungen, für deren Einhaltung Aldi bei seinen Zulieferern eintreten soll, bezieht sich auf die relevanten Konventionen (bzw. die Empfehlung) der ILO, d.h. Verbot von Zwangsarbeit, Diskriminierung und Kinderarbeit, auf die Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen, auf ei-

nen Existenz sichernden Lohn, Arbeitsstunden, Sicherheits- und Gesundheitsstandards und ein festes Beschäftigungsverhältnis. Da es sich bei den Beschäftigten der arbeitsintensiven Industrien wie der IT- und der Textilindustrie vorwiegend um Frauen handelt, kommt der Forderung nach dem Verbot von Diskriminierung aufgrund des Geschlechts (ILO-Konventionen 100 und 111 – s. Kapitel 8) eine besondere Bedeutung zu.

- Auf Grund seiner ökonomischen Macht übernimmt das multinationale Importunternehmen (die Aldi-Gruppe) die Hauptverantwortung für die Einhaltung von Arbeitsnormen bei globalen Zulieferern und schiebt diese nicht auf die Lieferanten ab.
- Eine unabhängige Einrichtung kontrolliert die Einhaltung der Arbeitsnormen. An dieser sind die unterschiedlichen Parteien – einschließlich der Interessenorganisationen der Beschäftigten – beteiligt.
- Das Beschwerdeverfahren für Beschäftigte ist unabhängig.
- Durch eine kontinuierliche Berichterstattung wird eine Transparenz über die Ergebnisse der unabhängigen Überprüfung und der Korrekturmaßnahmen hergestellt.
- Die Einhaltung der Arbeitsnormen wird in der gesamten Lieferkette, d.h. bei direkten und indirekten Zulieferern, überprüft (*Wick 2007b:76 ff*).

Diesen Forderungen an die Aldi-Gruppe sollen im Rahmen der Discounterkampagne der internationalen und deutschen CCC (s. Kontaktadressen in Kapitel 8) Nachdruck verliehen werden. Im Zentrum dieser Discounterkampagnen stehen neben Aldi auch Lidl, Wal-Mart, Carrefour und Tesco. Die CCC hat entsprechende Aktionsmaterialien entwickelt, die von den Homepages heruntergeladen bzw. in den Koordinationsbüros bestellt werden können (s. Kontaktadressen in Kapitel 8).

7.2 Globale Sozialverpflichtung von Aldi bzw. Discounter/Unternehmen

Wie die wiederholten Schlagzeilen in der Welt- und in der deutschen Presse und eine große Zahl von Studien in den letzten Jahren gezeigt hat, reichen bestehende rechtliche Instrumente – wie nationale Arbeits- und Sozialgesetze, die UN- und ILO-Verpflichtungen wie z.B. die UN-Menschenrechtscharta, der UN-Pakt für wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte und die ILO-Kernarbeitsnormen – unter den Rahmenbedingungen der Globalisierung nicht aus, um fundamentale soziale Rechte weltweit umzusetzen.

Mit Blick auf eine globale Sozialverpflichtung multinationaler Unternehmen wurden in der jüngsten Vergangenheit von ParlamentarierInnen und zivilgesellschaftlichen Organisationen neue Gesetzesinitiativen gestartet, von denen einige im Folgenden skizziert werden sollen.

Bindende Rechenschafts- und Publizitätspflichten für Unternehmen

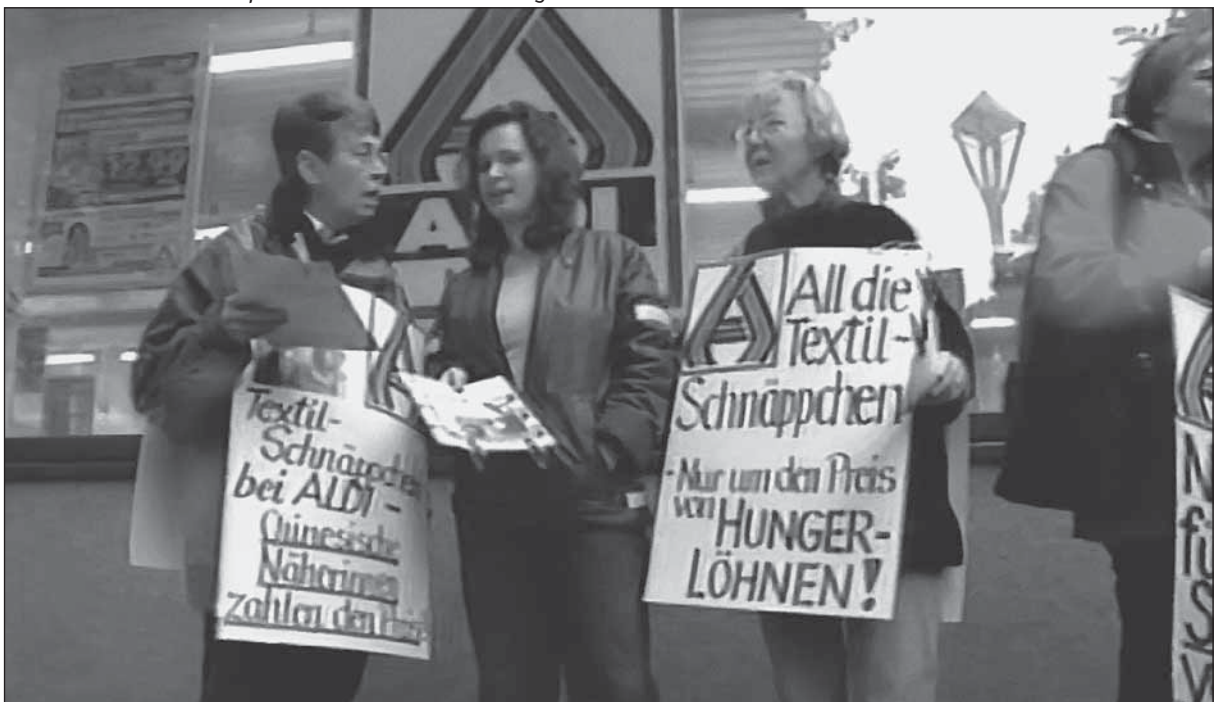
Unternehmen sollen transparente, kostenlose und vergleichbare Informationen veröffentli-

chen, die zeigen, wie sie in ihrem Wirkungskreis die Menschenrechte sowie soziale und ökologische Normen entlang der Wertschöpfungskette respektieren.

Für eine solche gesetzliche Verpflichtung hat sich das europäische Parlament in Resolutionen bereits 1999 und 2001 eingesetzt, und forderte dies – neben weiteren bindenden Regelungen für multinationale Unternehmen – erneut, jedoch in abgeschwächter Form, in einer Resolution vom 13. März 2007 (*EU Parlament 2007*). Die EU-Kommission hingegen setzt diesen Forderungen ein Corporate Social Responsibility (CSR)-Konzept rein freiwilliger Natur entgegen (*EU Commission 2006*).

In Deutschland tritt das 2006 gegründete Netzwerk für die unternehmerische Rechenschaftspflicht CorA (Corporate Accountability), dem über 30 Organisationen, Verbände und Gewerkschaften angehören, u.a. für die bindende Berichtspflicht von Unternehmen ein. Auf europäischer Ebene verfolgt dieses Ziel seit 2006 der Zusammenschluss »Europäische Koalition für unternehmerische Gerechtigkeit«

Aldi-Aktionen Essen September 2008 (Foto: Evangelische Pressestelle Essen)



(European Coalition for Corporate Justice = ECCJ). Die Schwerpunkte von ECCJ betreffen darüber hinaus die Haftbarkeit von Unternehmen gegenüber Niederlassungen und Lieferanten.

Einen ersten Teilerfolg konnte ein Bündnis aus Nichtregierungsorganisationen (Amnesty International, Friends of the Earth, Action Aid u.a.) in Großbritannien im Jahr 2006 verzeichnen. Ihre Kampagne trug dazu bei, dass dort das sog. Unternehmensgesetz verabschiedet wurde, nach dem börsennotierte Unternehmen verpflichtet werden, über die Einhaltung von sozialen und ökologischen Standards in ihrem Wirkungsbereich zu berichten.

CorA tritt mit Initiativen an die Adresse der Politik für eine bindende Unternehmensberichterstattung aller Unternehmen ein – unabhängig von ihrem Rechtsstatus – also gilt dies auch für Familienunternehmen wie die Aldi-Gruppe.

Supermarktinitiative fordert Regulierung der Einkaufsmacht von Handelsunternehmen

Im September 2008 ist in Deutschland eine Supermarktinitiative von 19 Organisationen aus den Bereichen Umwelt, Entwicklung, bäuerliche Landwirtschaft und Gewerkschaften an die Öffentlichkeit getreten. Sie fordert das Bundeskartellamt auf, die Einkaufsmacht von Supermarktketten inkl. Discountern bzgl. der Einhaltung sozialer und ökologischer Standards in der gesamten Lieferkette zu überprüfen. Sie wendet sich auch an die Mitglieder des Bundestages und die Bundesregierung mit dem Anliegen, dass ArbeitnehmerInnen, bäuerliche ProduzentInnen und LieferantInnen in Deutschland, in der EU und in den Entwicklungsländern sowie die VerbraucherInnen vor jeglichem Missbrauch der Einkaufsmacht von Supermarktketten geschützt werden sollen (www.supermarktmacht.de).

Für eine solche Regulierung setzt sich diese Initiative mit anderen Organisationen auch beim Europaparlament und der EU-Kommission ein und fordert die EU-Wettbewerbs-

kommission auf, eine Untersuchung über die Auswirkungen der Unternehmenskonzentration auf Lieferanten, Beschäftigte und VerbraucherInnen durchzuführen (www.responsible-purchasing.org).

Verbraucherinformationsgesetz nachbessern

Das am 1.5.08 in Deutschland in Kraft getretene Verbraucherinformationsgesetz (VIG) bietet einen weiteren, allerdings längerfristigen Ansatz für Initiativen in Richtung einer globalen Sozialverpflichtung von Unternehmen. Das VIG muss dringend nachgebessert werden, da es in seiner heutigen Fassung wirkungslos scheint, wie eine erste Halbjahresbilanz der Nichtregierungsorganisation Food Watch ergab (*Mulke 2008*).

Das aktuelle VIG verpflichtet lediglich die zuständigen Behörden, und nicht auch Unternehmen, zur Auskunft über die Beschaffenheit von Lebens- und Futtermitteln, Kosmetika und Bedarfsgegenständen wie z.B. Spielzeug und Bekleidung. Eine erste Evaluation wurde für 2010 angekündigt. Gleichzeitig mit dem Inkrafttreten des VIG wurde das bestehende Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch (LFGB) nachgebessert, sodass nun die Behörden die Öffentlichkeit über Gesundheitsrisiken durch Lebensmittel, Futtermittel und Bedarfsgegenstände informieren »sollen« (vorher: »können«).

Seit der Vorlage des ersten VIG-Gesetzentwurfs 2001 bis zu seiner Verabschiedung 2007 sind Inhalt und Reichweite des Gesetzes trotz öffentlicher Proteste von Parteien (Grüne und die Linke) und Verbraucherorganisationen stark eingeschränkt worden. Die Defizite bestehen vor allem in der Möglichkeit für Unternehmen, Informationen aufgrund von Geschäftsgeheimnissen zu verweigern, sowie in der Zahlung von Gebühren für die Arbeit der Behörden bei der Beantwortung von VerbraucherInnenanfragen.

Das Ziel eines nachgebesserten VIG ist es, in Zukunft VerbraucherInnen davor zu schützen, dass sie durch ihren Konsum – z.B. von Akti-



Aldi-Aktionen Essen September 2008 (Foto: Evangelische Pressestelle Essen)

onswaren bei Aldi – keine Menschenrechtsverletzungen unterstützen. Das VIG sollte in Zukunft einen Beitrag zur Förderung nachhaltiger Konsummuster leisten.

Die deutsche CCC bereitet Musterbriefe an zuständige Behörden vor, mit denen Erfahrungswerte zum VIG gesammelt und Nachbesserungserfordernisse bis zum Zeitpunkt der Revision im Jahr 2010 zusammen getragen werden sollen.

7.3 Informations- und Öffentlichkeitsarbeit

Da das Thema der globalen Sozialverantwortung von Discountern wie der Aldi-Gruppe in der Öffentlichkeit noch wenig bekannt ist, sollten anhand vorliegender Publikationen und Materialien Informations- und Öffentlichkeitsaktivitäten durchgeführt werden. Hierzu zählen Veranstaltungen, Schulungen, Hintergrundgespräche und Pressearbeit. Zielgruppen sind MultiplikatorInnen in Kirchen- und Gewerkschaftsgruppen, Betriebsräte, Verantwortliche in der Bildungsarbeit in Jugendgruppen, der Schule, in der Erwachsenenbildung, Frauengruppen, entwicklungspolitische Organisationen und Verbraucherverbände, da diese für die öffentliche Meinungsbildung in dieser Thematik eine Schlüsselrolle spielen.

Mit den jüngsten Enthüllungen über Arbeitsrechtsverletzungen bei globalen Textil-,

Elektronik-, Spielzeug- und Haushaltswaren-Zulieferern von Discountern wie Aldi bzw. anderen Unternehmen sollte das weit verbreitete Phänomen der Schnäppchenjagd von VerbraucherInnen problematisiert werden. Obwohl die Geiz-ist-Geil-Haltung durch steigende Umsätze von Bio- und Fairhandelsprodukten in Deutschland zunehmend relativiert wird, ist sie dennoch ungebrochen, denn der Kauf in Lebensmittel-Discountern nimmt weiter zu. Er stieg von 32% im Jahr 2000 auf 43,2% im Jahr 2006. Aufgrund der wachsenden Armut ist auch mit einem weiteren Anwachsen dieses Trends zu rechnen. Ein Ziel der Informations- und Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen der geplanten Aldi-Aktionen sollte deshalb sein, den hohen Preis von billigen Schnäppchen herauszustellen und Gegenschritte von kritischen KonsumentInnen einzuleiten.

8. Serviceteil

8.1 Literaturverzeichnis

- Abernathy 1999**, Frederick / et. al.: A Stitch in Time. Lean Retailing and the Transformation of Manufacturing – Lessons from the Apparel and Textile Industries, New York/Oxford.
- Amnesty International 2007**: People's Republic of China. Internal migrants: Discrimination and abuse. The human cost of an economic 'miracle', London.
- Audet 2007**, Denis: Smooth as silk? A first look at the Post-MFA textiles and clothing landscape, in: Journal of International Economic Law 10(2), 267-284.
- Barrientos 2006**, Stephanie / **Smith**, Sally: The ETI code of labour practice: Do workers really benefit? Summary of an independent assessment for the Ethical Trading Initiative, Institute of Development Studies, University of Sussex, <http://www.eti2.org.uk/Z/lib/2006/09/impact-report/ETI-impact-summary.get.pdf> (13.03.2007).
- Blöcker 2005**, Antje / **Wortmann**, Michael: Strukturwandel und internationale Beschaffung im Einzelhandel mit Bekleidung, in: Prokla. Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft, Heft 138, 35. Jg. Nr. 1 März 2005, S. 91-109.
- Börnecke 2008**, Stephan: Bio im Supermarkt boomt weiter, in: Frankfurter Rundschau 21.10.2008.
- Bormann 2005**, Sarah / et al.: Grenzenlos billig? Globalisierung und Discountierung im Einzelhandel, hg. WEED – Weltwirtschaft, Ökologie & Entwicklung / Verdi, Berlin.
- Bormann 2008**, Sarah / et al.: Wege aus der Dumpingfalle. Der Preiskampf auf dem Computermarkt und die Potentiale des sozial-ökologischen Einkaufs, hg. WEED, Berlin.
- Brandes 2006**, Dieter: Die 11 Geheimnisse des ALDI-Erfolgs. München.
- Brueck 2008**, Mario / et al.: Aldi et orbi, in: Wirtschaftswoche vom 14.1.2008, 42-51.
- Bundeskartellamt 2008**: Beschluss in dem Verwaltungsverfahren EDEKA / Tengelmann, http://www.bundeskartellamt.de/wDeutsch/download/pdf/Fusion/Fusion08/BZ-333/07_Internet.pdf (30.6.2008).
- Burckhardt 2006**, Gisela: Tchibo – Jede Woche eine neue Welt? Dokumentation der Tchibo-Kampagne, hg. Terre des Femmes, Tübingen.
- Burckhardt 2008**, Gisela / et al.: Wer bezahlt unsere Kleidung bei Lidl und KiK? Arbeitskraft zum Discountpreis – Schnäppchen für alle?, hg. Kampagne für Saubere Kleidung, Wuppertal.
- Chan 2008**, Jenny / et al.: Silenced to deliver: Mobile phone manufacturing in China and the Philippines, <http://www.makeitfair.org>.
- Clean Clothes Campaign (CCC) 2006**: Quick fix. Die Suche nach der schnellen Lösung. Was bringen Sozial-Audits den Näherinnen der Sweatshops?, Berlin.
- Clean Clothes Campaign (CCC) 2009**: Better Bargain – Giant retailer, purchasing practices, and working conditions in the garment industry, Amsterdam (Vorankündigung).
- Competition Commission UK 2008**: Market investigation into the supply of groceries in the UK, Final Report 30.04.2008, http://www.competition-commission.org.uk/rep_pub/reports/2008/538grocery.htm
- Corporate Accountability (CorA) 2006**: Unsere Ziele, http://www.cora-netz.de/?page_id=5 (23.03.2007).
- CSR News 2007**: Nachhaltigkeitsberichte: Große Qualitätsunterschiede und ein Drittel Non-Reporter, <http://csr-news.net> (23.11.2007).
- European Coalition for Corporate Justice (ECCJ) 2006**: Corporate Social Responsibility at EU Level. Proposals and recommendations to the European Commission and the European Parliament, Advocacy Briefing, Brussels, http://www.corporatejustice.org/ECCJ_briefing_nov_2006_CSR_EU_level.pdf (12.03.2007).
- EHI 2008**, Retail Institute: Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des internationalen Handels. Schwerpunkt Deutschland, Österreich, Schweiz, Ausgabe 2008 / 2009, Köln.
- EU Commission 2006**: Communication from the commission to the European Parliament, the Council and the European Economic and Social Committee. Implementing the Partnership for Growth and Jobs, Making Europe a Pole of Excellence on Corporate Social Responsibility, http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2006/com2006_0136en01.pdf (28.06.2006).
- EU Parlament 2007**: Soziale Verantwortung von Unternehmen. Eine neue Partnerschaft, Entschließung des Europäischen Parlaments vom 13.03.2007, www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2007-0062+0+DOC+XML+V0//DE&language=DE (23.03.2007).
- Fichter 2002**, Michael / **Sydow**, Jörg: Using Networks Towards Global Labor Standards? – Organizing Social Responsibility in Global Production Chains, in: Industrielle Beziehungen, Bd. 9, Nr. 4, S. 357 ff.
- Ferenschild 2004**, Sabine / **Wick**, Ingeborg: Globales Spiel um Knopf und Kragen. Das Ende des Welttextilabkommens verschärft soziale Spaltungen. Hg. SÜDWIND Institut für Ökonomie und Ökumene / Ökumenisches Netz Rhein Mosel Saar. SÜDWIND-Texte 14, Siegburg.
- Fiutak 2003**, Martin: Aldi-Lieferant Medion erstmals auf Platz 1 der PC-Verkäufer, in: ZDBet News 30.01.2003.
- Frankfurter Rundschau (FR) 23.08.2005**: Discounter finden kaum Neukunden.
- Freitag 2006**, Michael / et al.: Aldi in der Falle, in: Managermagazin 2, 28 ff.

- Gereffi 2005**, Gary / et al.: The governance of global value chains, in: Review of International Political Economy, 12(1): 78-104.
- Grill 2008**, Markus: Lidl ist überall – Wie Arbeitnehmer überwacht werden, in: Stern 17.4.2008.
- Hamann 2004**, Andreas / **Giese**, Gudrun: Schwarz-Buch Lidl. Billig auf Kosten der Beschäftigten, hg. Ver.di, Berlin.
- Hamann 2006**, Andreas / et al.: Schwarz-Buch Lidl Europa. Billig auf Kosten der Beschäftigten, hg. Ver.di, Berlin.
- Handelsblatt 24.08.2005**: Studie. Lebensmittel-Discounters finden kaum noch neue Kunden.
- Hütz-Adams 2007**, Friedel: Missstände in chinesischen und indischen Steinbrüchen: Was können Kommunen dagegen tun?, hg. SÜDWIND Institut für Ökonomie und Ökumene, Siegburg.
- Hütz-Adams 2008**, Friedel: Der härteste Stoff der Welt. Globaler Diamantenhandel von der DR Kongo und Sierra Leone über Indien nach Deutschland, hg. SÜDWIND Institut für Ökonomie und Ökumene, Siegburg.
- ILO World Commission On The Social Dimension of Globalisation 2004**. A Fair Globalisation: Creating Opportunities For All. Geneva.
- ILO 2008a**: World of Work Report 2008 – Global income inequality gap is vast and growing, Geneva.
- ILO 2008b**: Global Wage Report 2008/09 – Minimum wages and collective bargaining: Towards policy coherence, Geneva.
- ITGLWF 2005**: WTO Must Protect Trade from Irresponsible Business, Press Release (14.12.2005), www.itglwf.org/DisplayDocument.aspx?idarticle=1438&langue=2 (20.12.2005).
- ITUC/ITGLWF/CCC 2008**: Play Fair 2008. No medal for the Olympics on labour rights, Brussels/Amsterdam.
- Klein 2001**, Naomi: No Logo. Der Kampf der Global Players um Marktmacht. Ein Spiel mit vielen Verlierern und wenigen Gewinnern.
- Kniesburgers 2008**, Maria: Kriminelle Machenschaften, in: Publik 4/2008.
- Konsument 12 / 2006**: Lebensmitteldiskonter im Ethik-Test. Auf tiefem Niveau, S. 32-33, www.konsument.at/konsument/detail.asp?category=&id=29037 (08.01.2007).
- Lebensmittel Zeitung (LZ) 20.6.2008**: Die Entdeckung der Gemächlichkeit.
- Lebensmittel Zeitung (LZ) 17.10.2008**: Lidl feilt massiv am Image.
- Liedtke 2006**, Rüdiger: Wem gehört die Republik? Die Konzerne und ihre Verflechtungen in der globalisierten Wirtschaft 2007, Frankfurt/Main.
- Lüthje 2008**, Boy: I-Pod mit Systemfehler. Arbeitsbeziehungen in China – das Beispiel der Elektronikindustrie, in: IZ3W Nov/Dez 2008, 25-28.
- Merk 2005**, Jeroen / **Zeldenrust**, Ineke: The Business Social Compliance Initiative; A Critical Perspective, Clean Clothes Campaign, Amsterdam.
- Metro Group 2008**: Metro-Handelslexikon 2008/2009. Daten, Fakten und Adressen zum Handel in Deutschland, Europa und weltweit, Düsseldorf.
- Müller 2007**, Henrick / **Kröher**, Michael O.R.: Guter Nachbar BASF, in: Managermagazin 25.01.2007.
- Mulke 2008**, Wolfgang: Der Staat hält dicht, in: Bonner Generalanzeiger 06.12.2008.
- OECD Watch 2005**: Five Years on. A Review of the OECD Guidelines and National Contact Points, Amsterdam.
- Ott 2008**, Klaus / **Ritzer**, Uwe: Discounter Aldi verliert erstmals Umsatz in Deutschland, in: Süddeutsche Zeitung 16.08.2008.
- Oxfam 2004**: Unsere Rechte im Ausverkauf. Frauen in globalen Lieferketten von Supermärkten und Bekleidungsunternehmen, Berlin, www.oxfam.de/download/Arbeiterinnen.pdf (22.08.2005).
- Rickens 2006**, Christian: Aldi. Kein Grund zur Panik. Experte Brandes zur Lage im Discount-Imperium, in: Managermagazin 2 (20.01.06), www.managermagazin.de/unternehmen/artikel/0,2828,396010,00.html (26.01.2007).
- Ruggie 2008**, John: Protect, Respect, Remedy: A Framework for Business and Human Rights. Report of the Special Representative of the Secretary-General on the issue of human rights and transnational corporations and other business enterprises, Summary (Advance Edited Version), UN Human Rights Council, A/HR/5 (7.4.2008).
- Schüddemage 2008**, Antje: Big Brother bei Lidl, in: Frankfurter Rundschau 27.3.2008.
- Stiftung Warentest 2008**: Schlechte Trefferquote – Aktionsware, in: Test 11/2008, 65–67.
- TextilWirtschaft 2008**: Die Größten Textileinzelhändler in Deutschland 2007, TextilWirtschaft Nr. 35 vom 28.8.2008.
- UNIFEM 2008**: Progress of the World's Women 2008/2009. Who answers to women? Gender & accountability, New York.
- UNRISD 2004a**: Corporate Social Responsibility and Business Regulation, Genf.
- UNRISD 2004b**: Corporate Social Responsibility and Development. Towards a new Agenda?, Conference News, Report of the UNRISD Conference Geneva, 17.-18. November 2003, Genf.
- Ver.di 2006**: Billig ohne Wert und Würde? Ver.di-Tagung für fairen Handel 20. und 21. Juni 2006, Berlin.
- Vorley 2007**, Bill: Supermarkets. Global trends and implications, lecture at the Civil Society Organisation supermarket campaign strategising day 1 March 2007, IIED, London.
- Werner 2006**, Klaus / **Weiss**, Hans: Das neue Schwarzbuch Markenfirmen. Die Machenschaften der Weltkonzerne, Wien / Frankfurt/Main.
- Wick 2007a**, Ingeborg: Werbegag oder Hebel für Beschäftigte? Ein Leitfadens für internationale Kodizes der Arbeitspraxis, hg. Friedrich Ebert Stiftung / SÜDWIND Institut für Ökonomie und Ökumene, Bonn / Siegburg.
- Dies. 2007b**: All die Textilschnäppchen – nur recht und billig? Arbeitsbedingungen bei Aldi-Zulieferern in China und Indonesien, hg. SÜDWIND Institut für Ökonomie und Ökumene, Siegburg.

Dies. 2008a: Modernisierung und neue Geschlechterrollen – die Welt der Arbeit von Frauen in China, in: H. Schwitzer et al., Aktiv, kompetent, mittendrin, Hamburg.

Dies. 2008b/Wötzel, Uwe: Unrechtssystem Sweatshop, in: Kritische Justiz 3/2008, 340-346.

Wijaya 2007, Yahja: Carrefour Indonesia. Redebeitrag auf der SÜDWIND-Tagung zu sozial-verantwortlichen Geldanlagen »Die Informationslücke schließen«, 20.11.07 Bonn.

Wortmann 2003, Michael: Strukturwandel und Globalisierung des deutschen Einzelhandels. WZB discussion papers SP III 2003 – 9202 a, Berlin, <http://skylla.wz-berlin.de/pdf/2003/iii03-202a.pdf> (22.08.2005).

Ders. 2004, Michael: Aldi and the German model: Structural Change in the German Grocery Retailing and the Success of Grocery Discounters. In: Competition & Change, Vol. 8, Nr. 4, 425 ff.

Hans-Böckler-Stiftung 2008: WSI-Tarifarchiv Einzelhandel, <http://www.boeckler.de>.

WTO 2007: International Trade Statistics, Genf, www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2007_e/its05_toc_e.htm (23.01.07).

Zimmer 2008, Reingard: Soziale Mindeststandards und ihre Durchsetzungsmechanismen. Sicherung internationaler Mindeststandards durch Verhaltenskodizes?, Arbeits- und Sozialrecht 110, Baden-Baden.

8.2 Abkürzungen

- ▶ **ACFTU:** All China Federation of Trade Unions / All-Chinesische Gewerkschaftsföderation
- ▶ **AGS:** Betrieblicher Arbeits- und Gesundheitsschutz
- ▶ **AUB:** Arbeitsgemeinschaft Unabhängiger Betriebsangehöriger
- ▶ **BSCI:** Business Social Compliance Initiative / Unternehmens-Initiative für die Einhaltung sozialer Standards
- ▶ **CCC:** Clean Clothes Campaign / Kampagne für Saubere Kleidung
- ▶ **CNY:** Yuan
- ▶ **CorA:** Corporate Accountability / Globale Soziale Rechenschaftspflicht von Unternehmen (in Deutschland)
- ▶ **CORE:** Corporate Social Responsibility Reporting / Berichterstattung über Globale Soziale Rechenschaftspflicht von Unternehmen (in Großbritannien)
- ▶ **CSR:** Corporate Social Responsibility / Globale Sozialverantwortung von Unternehmen
- ▶ **ECCJ:** The European Coalition for Corporate Justice / Die Europäische Koalition für Sozialverantwortung von Unternehmen (Brüssel).
- ▶ **EHI:** EuroHandelsinstitut
- ▶ **EU:** Europäische Union
- ▶ **FR:** Frankfurter Rundschau
- ▶ **GATS:** General Agreement on Trade in Services / Allgemeines Abkommen für den Handel mit Dienstleistungen der WTO
- ▶ **GATT:** General Agreement on Tariffs and Trade / Allgemeines Zoll- und Handelsabkommen
- ▶ **IAO:** Internationale Arbeitsorganisation (ILO = International Labour Organisation)
- ▶ **IÖW:** Institut für Ökologische Wirtschaftsforschung
- ▶ **IT:** Informations- und Kommunikationstechnologie
- ▶ **LEH:** Lebensmitteleinzelhandel
- ▶ **LFGB:** Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch
- ▶ **LZ:** Lebensmittel-Zeitung
- ▶ **NRO:** Nichtregierungsorganisation
- ▶ **ODM:** Original Design Manufacturing
- ▶ **OECD:** Organisation for Economic Cooperation and Development / Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
- ▶ **RMB:** Renmimbi
- ▶ **SA8000:** Sozialstandard von Social Accountability International
- ▶ **SZ:** Süddeutsche Zeitung
- ▶ **UNCTAD:** United Nations Conference on Trade and Development / UN-Handels- und Entwicklungskonferenz
- ▶ **UNIFEM:** United Nations Development Fund for Women / UN-Entwicklungsfonds für Frauen
- ▶ **Ver.di:** Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft
- ▶ **VIG:** Verbraucherinformationsgesetz
- ▶ **WTO:** World Trade Organisation / Welt-handelsorganisation

8.3 Währungsangabe

Yuan (CNY) oder **Renminbi (RMB)** ist die chinesische Währungseinheit.

Im **Oktober 2008** lag der Kurs bei:

- ▶ 1 RMB = 0,113 Euro
- ▶ 1 Euro = 8,850 RMB

8.4 Liste ausgewählter ILO-Konventionen

- a) Vereinigungsfreiheit und Schutz des Vereinigungsrechtes**
Nr. 87 (1948)
- b) Vereinigungsrecht und Recht auf Kollektivverhandlungen**
Nr. 98 (1949)
- c) Zwangsarbeit**
Nr. 29 (1930)
- d) Mindestalter**
Nr. 138 (1973)
- e) Gleichheit des Entgelts/Diskriminierung**
Nr. 100 (1951) und Nr. 111 (1959)
- f) Festsetzung von Mindestlöhnen**
Nr. 26 (1928) und Nr. 131 (1970)
- g) Arbeitsschutz**
Nr. 155 (1981)
- h) Arbeitszeit**
Nr. 1 (1919)
- i) Festes Beschäftigungsverhältnis**
ILO-Empfehlung Nr. 198 (2006)

Die unter a), b), c), d) und i) aufgeführten ILO-Konventionen gehören zu den »Kernarbeitsnormen«, die die Grundlage der »ILO-Deklaration über die grundlegenden Prinzipien und Rechte bei der Arbeit« bilden. Die Erklärung wurde bei der 86. Tagung der Internationalen Arbeitskonferenz am 18. Juni 1998 in Genf beschlossen. Sie ist für alle ILO-Mitgliedsländer bindend.

8.5 Glossar

■ Betriebsformate im Einzelhandel

Es gibt unterschiedliche Formen der Verkaufsstrategie bzw. Betriebsformate im Einzelhandel, dazu gehören: Discounter, Fachgeschäft, Fachmarkt, Supermarkt, Tante-Emma-Laden, Warenhaus/Kaufhaus, etc.

■ Bolkestein-Richtlinie

Die nach dem ehemaligen EU-Kommissar Frits Bolkestein benannte EU-Richtlinie von Dezember 2006 zielt auf eine EU-weite Liberalisierung des Dienstleistungssektors. Diese Richtlinie muss bis Ende 2009 von allen EU-Mitgliedsstaaten in nationales Recht umgesetzt werden. Bis dahin müssen diese der EU-Kommission auch Berichte über die Bereiche vorlegen, die sie von den Liberalisierungsbestimmungen ausnehmen wollen. Obwohl das ursprünglich vorgesehene »Herkunftslandprinzip« nach EU-weiten Protesten abgemildert wurde, gefährdet der Kompromiss dennoch grundlegende Arbeits- und Sozialrechte in EU-Mitgliedsstaaten.

■ Discounter

Discounter bieten eine kleine Auswahl »schnell drehender« Produkte, die ohne großen Aufwand und ohne Beratungsservice im Selbstbedienungsverfahren verkauft werden. In der Regel können bei Discountern Waren billiger als in anderen Betriebsformaten des Einzelhandels angeboten werden. Der Hard Discounter (Aldi) hat eine geringe Sortimentsbreite und –tiefe mit einer geringen Anzahl von Markenartikeln, während der Soft Discounter (Lidl) ein breiteres Sortiment und einen größeren Anteil an Herstellermarken anbietet.

■ External Monitoring

Damit ist das von Unternehmen finanzierte Kontrollverfah-

ren zur Einhaltung von Sozialstandards in Fabriken gemeint, das von Dritten über Stichproben durchgeführt wird.

■ Fachgeschäft/Fachmarkt

Ein Fachgeschäft bietet eine große Auswahl aus einem bestimmten Produktbereich an und ergänzt dies durch Dienstleistungen wie z.B. geschultes Personal und einen Reparaturservice. Fachmärkte bieten ebenfalls eine große Auswahl von Waren aus einem bestimmten Bereich an, sind aber größer und beschäftigen gemessen an der größeren Verkaufsfläche viel weniger Personal.

■ Freie Exportzone (FEZ)

Eine »Freie Exportzone« ist eine »Industriezone mit speziellen Anreizen für ausländische Investoren, in denen importierte Materialien weiterverarbeitet und dann re-exportiert werden« (ILO 2003). Die meisten der ca. 3000 »Freien Exportzonen« liegen in Entwicklungs- und Schwellenländern. Die große Mehrheit der 43 Mio. Beschäftigten – 70-90% Frauen – arbeiten in der Bekleidungs- und Elektronikindustrie. Die »Attraktionen« für Auslandsinvestoren bestehen in Zoll- und Steuervergünstigungen, Infrastrukturmaßnahmen und einer weitgehenden Außerkraftsetzung der im Lande sonst geltenden Arbeits- und Sozialgesetze. Ein besonderes Problem ist die Unterdrückung der Gewerkschaftsfreiheit.

■ Flexibilisierung

s. Informelle Arbeit.

■ Formelle Arbeit

Eine formelle Beschäftigung ist sozial-, arbeits- und tarifrechtlich geschützt und registriert. Das »Normalarbeitsverhältnis« oder die »formelle« Arbeit ist historisch gesehen eine Ausnahmeerscheinung (s. Informelle Arbeit).



■ GATS (General Agreement on Trade and Services)

Das GATS ist ein WTO-Abkommen zum weltweiten Handel mit Dienstleistungen. Es umfasst sämtliche Dienstleistungssektoren, wie z.B. Finanzen, Bau, Gesundheitswesen, Bildungswesen, die Wasserversorgung etc. Auch der Einzelhandel fällt unter die Regelungen des GATS. Durch Liberalisierungen und Deregulierungen ebnet das GATS der globalen Expansion der Konzerne in diesen Branchen den Weg.

■ GATT (General Agreement on Tariffs and Trade)

Das Allgemeine Zoll- und Handelsabkommen wurde 1947 von 23 Staaten gegründet und trat 1948 in Kraft. Es mündete 1995 in die Gründung der Welthandelsorganisation (s. WTO).

■ Informelle Arbeit

Eine informelle Beschäftigung ist sozial-, arbeits- und tarifrechtlich nicht geschützt und nicht registriert. Prekarisierung bezeichnet den Prozess der Flexibilisierung der Arbeitsverhältnisse und des allmählichen Entzugs des rechtlichen Schutzes formeller Arbeit. Informelle Arbeit wird auch prekär, atypisch, unsicher und ungeschützt genannt bzw. die informelle Wirtschaft auch als Schattenwirtschaft bezeichnet, obwohl es dabei in der Fachsprache noch Unterschiede gibt. In den Industrieländern galt informelle Arbeit lange als weibliche Domäne, weltweit nimmt sie aber im Zuge der neoliberalen Globalisierung bei Männern und Frauen zu.

■ Kernarbeitsnormen der ILO / Sozialstandards

Die Internationale Arbeitsorganisation (ILO) hat 1998 in einer Sondererklärung die Konventionen zur Gewerkschaftsfreiheit, zum Recht auf Tarifverhandlungen und zum Verbot von Kinderarbeit, Zwangsarbeit und Diskriminierung für alle ILO-Mitgliedsstaaten als bindend verabschiedet. Diese Konventionen werden auch Kernarbeitsnormen genannt. Sie sind dadurch im Rahmen der insgesamt 184 Konventionen der ILO besonders hervorgehoben. Die Arbeitsnormen der ILO werden häufig auch als Sozialstandards bezeichnet.

■ Kontraktarbeit

Im Unterschied zu einem festen Beschäftigungsverhältnis zeichnet sich die Kontraktarbeit meist durch das Fehlen arbeits- und sozialrechtlicher Verpflichtungen gegenüber den Beschäftigten aus (s. Informelle Arbeit, Prekarisierung).

■ Lebensmitteleinzelhandel

Bezeichnung für solche Einzelhandelsgeschäfte, bei denen grundsätzlich etwa 80% des Umsatzes mit Food und Non-Food (Randsortiment, z.B. Körperpflegemittel, Waschmittel, Reinigungsmittel) erzielt werden kann und nur höchstens 20% des Umsatzes auf sonstige Waren entfallen.

■ Multifaser Abkommen/MFA (Multi-Fibre Arrangement)

Das MFA wurde im Rahmen des GATT 1974 ins Leben gerufen und sah für den internationalen Textil- und Bekleidungshandel Mengenbeschränkungen (=Quoten) vor, die jährlich zwischen Regierungen von Export- und Importländern bilateral festgelegt wurden. Das MFA ging 1995 in das Welttextilabkommen (ATC) der WTO über, das 2004 auslief (s. Welttextilabkommen).

■ Mindestlohn

In vielen Staaten der Welt, wie in China, Indonesien und Sri Lanka, legt die Regierung Mindestlöhne fest, die alle Arbeit-

geber berücksichtigen müssen. Die Höhe des Mindestlohns kann je nach Region innerhalb eines Landes variieren. In vielen Entwicklungsländern reichen die gesetzlichen Mindestlöhne nicht aus, um den Lebensunterhalt der Betroffenen zu bestreiten.

■ Monitoring

In der Verhaltenskodexpraxis ist mit Monitoring die Unternehmenskontrolle der Einhaltung von Kodex-Bestimmungen gemeint. Monitoring ist als permanenter Prozess zu verstehen. Oft nennt man dies auch »Internes Monitoring«.

■ Prekarisierung

s. Informelle Arbeit/Flexibilisierung.

■ Quoten

Im Welthandelssystem stehen Quoten für Mengenbeschränkungen, deren Abschaffung erklärtes Ziel des GATT war. Prominentestes Beispiel sind die Quoten für den Welthandel mit Textilien und Bekleidung, die im Baumwollabkommen von 1963, im Multifaserabkommen von 1974 und im Welttextilabkommen von 1995 festgelegt worden sind, das Ende 2004 ausgelaufen ist.

■ Sozialaudit

Wirtschaftsprüfungsgesellschaften haben seit einigen Jahren Audits von Unternehmen auch nach sozialen Kriterien durchgeführt (s. auch Verifizierung).

■ Stakeholder/Multi-Stakeholder Initiatives

Dies ist der englische Ausdruck für Interessengruppen. »Multi-Stakeholder Initiativen« werden Einrichtungen zur Überwachung der Einhaltung von Sozialstandards in Lieferbetrieben transnationaler Unternehmen genannt, an denen als Interessengruppen neben den Unternehmen auch Gewerkschaften, Nicht-Regierungsorganisationen und manchmal Regierungen beteiligt sind (Fair Labor Association, Fair Wear Foundation, Ethical Trading Initiative, Social Accountability International, Worker Rights Consortium).

■ Sub-Contracting

Im globalen Beschaffungssystem von transnationalen Unternehmen setzt sich die Lieferkette aus einer Vielzahl von Lieferanten, Unterlieferanten, Lizenznehmern und HeimarbeiterInnen zusammen. Über das System der Vergabe von Unteraufträgen (= Sub-Contracting) an rechtlich selbstständige, aber ökonomisch abhängige Standorte werden Beschäftigungsverhältnisse informalisiert und Produktionskosten gesenkt.

■ Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Betriebsformat im Einzelhandel mit einer Größe von 400 bis 799 m², das vor allem Lebensmittel, aber auch Kleidung oder Elektrogeräte im Selbstbedienungsverfahren verkauft. Meist in Wohngebieten angesiedelt ersetzt er heute die Tante-Emma-Läden, die vorher ein übersichtliches Sortiment von alltäglich benötigten Dingen vor allem auch in ländlichen Gebieten angeboten haben.

■ Verifizierung

Verifizierung wird auch »Unabhängige Verifizierung« genannt. Hiermit ist die institutionalisierte Überprüfung der Umsetzung und des Monitorings durch eine unabhängige Instanz wie z.B. die Fair Wear Foundation gemeint. Am Beginn der Debatte um internationale Verhaltenskodizes wur-

de »Unabhängige Verifizierung« auch oft »Unabhängiges Monitoring« genannt. Die »Unabhängige Verifizierungs«-Institution kann kommerzielle oder nicht kommerzielle Agenturen beauftragen, um nach genau definierten Standards und Regeln Audits durchzuführen. Dieses wird auch »Sozialaudit« genannt.

■ Warenhaus/Kaufhaus

Ein (SB)Warenhaus oder Kaufhaus bietet eine sehr große Auswahl an Lebensmitteln, Bekleidung, Haushaltswaren und Elektrogeräten sowie einen Restaurantbereich. Für die unterschiedlichen Bereiche gibt es speziell geschultes Personal. Warenhäuser befinden sich meist in der Innenstadt und stellen mit ≥ 5000 m² die größten Betriebsformate im Einzelhandel dar.

■ Welttextilabkommen/ATC (Agreement on Textiles and Clothing)

Das WTO-Welttextilabkommen (Kurzform für »Agreement on Textiles and Clothing«/ ATC) sah für den Zeitraum von 1995-2004 insgesamt vier Liberalisierungsstufen für den Welthandel mit Textilien und Bekleidung vor, der seit den 60er Jahren Mengenbeschränkungen (=Quoten) unterlag. Das Gros der Quoten wurde erst am 31.12.2004 gestrichen. Die Liberalisierung löste einen Exportboom von wettbewerbsstarken Ländern wie China und Einschnitte vor allem für zahlreiche schwache Exportländer in Afrika und Lateinamerika mit Fabrikschließungen und Arbeitsplatzverlusten aus. Für eine Übergangszeit bis Ende 2008 verhängten die

USA und EU neue Quoten gegen China, um ihre Märkte zu schützen. Von der vollständigen Liberalisierung sind weltweit viele Länder, Industrien und Beschäftigte bedroht.

■ Wertschöpfungskette

Mit einer Wertschöpfungskette wird der gesamte Weg eines Produktes von seinem Grundzustand bis zum Endprodukt mitsamt der in jeder Stufe erfolgten Wertsteigerung (Mehrwert) bezeichnet.

Im Zuge der internationalen Arbeitsteilung bildeten sich seit den 1960er Jahren Wertschöpfungsketten heraus, an deren Spitze Handelsunternehmen und Markenhersteller stehen, die über ein weit verzweigtes globales Beschaffungssystem die arbeitsintensive Produktion in den Ländern des Südens steuern.

■ World Trade Organisation (WTO)

Die 1995 gegründete Welthandelsorganisation besteht aus 150 Mitgliedsstaaten, die die Spielregeln des globalen Handels mit Gütern, Dienstleistungen, Investitionsmaßnahmen und geistigen Eigentumsrechten festlegen. Ziel der WTO ist es, nach den Prinzipien der Nicht-Diskriminierung und Meistbegünstigung diesen Handel zu liberalisieren und nationale Zölle, Regulierungen und Schutzbestimmungen abzubauen. De facto verschärft die WTO durch diese Politik die globalen Machtungleichgewichte und soziale Spaltungen.

8.6 Kontaktadressen

■ SÜDWIND Institut für Ökonomie und Ökumene

Lindenstr. 58-60
D 53721 Siegburg
Tel.: 02241-25 95 30
Fax: 02241-51 30 8
e-mail: wick@suedwind-institut.de
Homepage: www.suedwind-institut.de

■ ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG (Aldi Nord)

Eckenbergstraße 16
D 45307 Essen
Fax: 0201-8593-319
e-mail: mail@aldinord.de
Homepage: www.aldi-essen.de (www.aldi.com)

■ ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG (Aldi Süd)

Burgstraße 37
D 45476 Mülheim
Fax: 0180-3-292534
e-mail: mail@aldisued.de
Homepage: www.aldi-sued.de (www.aldi.com)

■ Asienhaus Essen

Bullmannaue 11
D 45327 Essen
Tel.: 0201-83038-38
Fax: 0201-83038-30
e-Mail: asienhaus@asienhaus.de
Homepage: www.asienhaus.de

■ ATTAC Bundesbüro

Münchener Str. 48
D 60329 Frankfurt/Main
Tel.: 069-90 02 81-10
Fax: 069-90 02 81-99
e-mail: info@attac.de
Homepage: www.attac.de

■ Business Social Compliance Initiative (BSCI)

c/o Foreign Trade Association
Avenue de Cortenbergh 168
B 1000 Brussels
Tel.: +32-(0)2-741 4607
e-mail: info@bsci-eu.org
Homepage: www.bsci-eu.org

■ Clean Clothes Campaign

International Secretariat
Postbus 1001 GN Amsterdam / Niederlande
Tel.: +31-20-412-27-85
Fax: +31-20-412-27-86
e-mail: info@cleanclothes.org
Homepage: www.cleanclothes.org

■ Corporate Accountability

Netzwerk für Unternehmensverantwortung (CorA)
Volkmar Lübke / Koordinator
e-mail: vluebke@gmx.de
Homepage: www.cora-netz.de

■ **Eine Welt Netz NRW e.V.**

Achtermannstr. 10-12
D 48143 Münster
Tel.: 0251-28 46 69-0
Fax: 0251-28 46 69-10
e-mail: info@eine-welt-netz-nrw.de
Homepage: www.lag3w.de

■ **Europäische Kommission**

Policy Coordination Unit-Trade A1
European Commission
200, Rue de la Loi-Wetstraat
B 1049 Bruxelles / Belgien
Tel.: 00 800 67891011
Homepage: http://ec.europa.eu/trade/index_en.htm /
http://ec.europa.eu/trade/issues/sectoral/industry/textile/index_en.htm

■ **Europäisches Parlament**

Richard Howitt MEP
Raum ASP 13 G 246
Europäisches Parlament
Rue Wiertz
1047 Brüssel / Belgien
Tel: +32 2284 7477
Fax: +32 2284 9477
e-mail: richard.howitt@europarl.europa.eu
Homepage:<http://www.europarl.europa.eu/members/expert/searchForm/view.do?id=2073&language=de>

■ **European Coalition for Corporate Justice (ECCJ)**

Rue Blanche 15
B 1050 Bruxelles
Tel.: +32-2-542 01 87
e-mail: info@corporatejustice.org
Homepage: www.corporatejustice.org

■ **Internationale Arbeitsorganisation (IAO/ILO)**

4, Route des Morillons
CH 1211 Genève
Schweiz
Tel.: +441-22-799 6111
Fax: +41-22-798 8685
e-mail: ilo@ilo.org
Homepage: www.ilo.org

■ **Internationaler Gewerkschaftsbund (IGB)**

Boulevard du Roi Albert II,
B 1210 Bruxelles
Belgien
Tel.: +32-2-22 40 21 1
Fax: +32-2-20 15 81 5
e-mail: info@ituc-csi.org
Homepage: www.ituc-csi.org

■ **Internationale Textil-, Bekleidungs- und Lederarbeiter Vereinigung (ITBLAV/ITGLWF)**

8, Rue Joseph Stevens
B 1000 Bruxelles
Belgien
Tel.: +32-2-512 26 06
Fax: +32-2-511 09 04
e-mail: office@itglwf.org
Homepage: www.itglwf.org

■ **Kampagne für Saubere Kleidung**

Koordinationsbüro
c/o Vereinte Evangelische Mission
Rudolfstr. 131
D 42219 Wuppertal
Tel.: 0202-89 00 4-316
Fax: 0202-89 00 4-79
e-mail: ccc-d@vemission.org
Homepage: www.saubere-kleidung.de

■ **Kampagne »Make IT Fair« c/o Germanwatch**

Cornelia Heydenreich
Voßstr. 1
10117 Berlin
Tel.: +49-(0)30-2888356-4
e-mail: heydenreich@germanwatch.org
Homepage: www.makeitfair.org

■ **PC Global Projekt c/o WEED**

Eldenaer Str. 60
D 10247 Berlin
Tel. 030-275 82 163
Fax: 030-275 96 928
e-mail: weed@weed-online.org
Homepage: www.weed-online.de

■ **Supermarktinitiative c/o Oxfam Deutschland**

Greifswalder Str. 33a
10405 Berlin
Tel.: +49-(0)30-42850621
Fax: +49-(0)30-42850622
e-mail: info@supermarktmacht.de
Homepage: www.supermarktmacht.de

■ **Ver.di Bundesverwaltung**

Uwe Wötzel
Paula-Thiede-Ufer 10
D 10179 Berlin
Tel.: 030-6956-1036
Fax: 030-6956-3956
e-mail: Uwe.Woetzel@verdi.de
Homepage: www.verdi.de

■ **Welthandelsorganisation (WTO)**

Centre William Pappard
154, rue de Lausanne
CH 1211 Genève 21
Schweiz
Tel.: +41-22-739 5111
Fax: +41-22-731 4206
e-mail: enquiries@wto.org

◆ SÜDWIND

Leitbild von SÜDWIND e.V. – Institut für Ökonomie und Ökumene:

Unsere Vision ist wirtschaftliche, soziale und ökologische Gerechtigkeit weltweit.



Wir forschen und handeln für gerechte Wirtschaftsbeziehungen. Dabei sind die Erfahrungen der Armen und ihre Anliegen für uns richtungweisend. Wir setzen uns ein gegen die Benachteiligung von Frauen. Wir decken ungerechte Strukturen auf, machen sie bewusst und verändern sie.

Wir entwickeln Instrumente und Handlungsmöglichkeiten für

- entwicklungspolitische Organisationen
- Kirchen
- Gewerkschaften
- Politik und
- Unternehmen

Unser Handeln basiert auf dem Zusammenhang von Gerechtigkeit, Frieden und Bewahrung der Schöpfung.

◆ Kampagne für Saubere Kleidung

Die Kampagne für Saubere Kleidung (Clean Clothes Campaign = CCC) setzt sich für eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der weltweiten Bekleidungs- und Sportschuhindustrie ein. In der CCC sind europaweit ca. 300 Gewerkschaften und Nichtregierungsorganisationen vertreten, die mit Partnerorganisationen in den Produktionsländern eng zusammenarbeiten.



Zu den Arbeitsfeldern der CCC gehören die Aufklärung von VerbraucherInnen, Eilaktionen bei Arbeitskonflikten, unternehmensbezogene Kampagnen und Aktionen an die Adresse politischer EntscheidungsträgerInnen.

◆ Corporate Accountability – Netzwerk für Unternehmens- verantwortung

Der Einflussbereich transnationaler Unternehmen wächst immer weiter. Es gibt kaum wirksame Möglichkeiten, diese Unternehmen für ihr Handeln zur Verantwortung zu ziehen.




Das will CorA ändern. Im Netzwerk Unternehmensverantwortung („Corporate Accountability“) haben sich zivilgesellschaftliche Organisationen zusammengeschlossen, um Unternehmen für die Auswirkungen ihres Handelns auf Mensch und Umwelt zur Rechenschaft zu ziehen. Sie wollen, dass Unternehmen auf die Einhaltung von Menschenrechten sowie internationale Sozial- und Umweltstandards verpflichtet werden.

◆ Supermarktinitiative

Die Supermarktinitiative ist ein Zusammenschluss aus 19 Nichtregierungsorganisationen und Gewerkschaften, die sich dafür einsetzen, dass der Missbrauch von Einkaufsmacht aufgedeckt und begrenzt wird. Eine umfassende Untersuchung des Lebensmitteleinzelhandels durch das Kartellamt soll die Missstände ans Tageslicht bringen.

Zudem fordert die Initiative die Einhaltung sozialer und ökologischer Standards in der gesamten Lieferkette. Dabei geht es vor allem darum, strukturell etwas zu verändern, d.h. bessere Sozial- und Umweltstandards in der gesamten Lieferkette der Supermärkte durchzusetzen, d.h. in Deutschland, innerhalb der EU und in Produktionsländern.



Seit vielen Jahren locken Lebensmitteldiscounter KundInnen durch sensationell billige Aktionswaren in ihre Filialen. In einigen Branchen wie dem Handel mit PCs und Textilien gelang es Discountern wie Aldi, Lidl und KiK, bedeutende Marktanteile zu erobern und Konkurrenten zu verdrängen.

Aktionswaren sind zu einem Schlüsselement im Wettbewerb des Einzelhandels geworden – mit dem Prinzip »Kostensenkung um jeden Preis«.

Einen hohen Preis zahlen jedoch diejenigen, die für Discounter arbeiten: die Beschäftigten in Filialen und Zulieferbetrieben, in der großen Mehrheit Frauen.

Dies zeigen Blicke hinter die Kulissen von Aldi, Lidl, Schlecker und anderen Unternehmen, die 2008 in Medienberichten veröffentlicht worden sind: Mitarbeiterinnen in hiesigen Filialen wurden durch Kameras heimlich überwacht, ja wie im Fall von Aldi Nord wurde ihre Interessenvertretung sogar durch Bestechungszahlungen manipuliert. Auch für die Beschäftigten in den weltweiten Zulieferbetrieben von Discountern in China, Indonesien oder Bangladesch ist der Arbeitsalltag weder recht noch billig: Arbeitsrechtsverletzungen sind an der Tagesordnung. Die Beschäftigten von Aldi-Zulieferern in China, die Elektronik- und Haushaltswaren, Kosmetika und Textilien für den größten deutschen Discounter herstellen, können von ihren Löhnen nur sehr mangelhaft leben, wie die vorliegende Publikation zeigt.

Bis heute sind die Reaktionen von Discountern wie Aldi und Lidl auf Veröffentlichungen und Kampagnen zu ihrer globalen Beschaffungspraxis leider unzureichend. SÜDWIND hofft, mit der vorliegenden Publikation auch branchenübergreifende KonsumentInnen-Kampagnen zu stärken und dadurch den Druck auf Discounter und auf die Politik in Richtung einer globalen Sozialverpflichtung von Unternehmen zu erhöhen.

Neben einem Untersuchungsbericht aus China enthält diese Publikation ein Unternehmensportrait zu Aldi, Analysen der Entwicklungen im Einzelhandel und in der Debatte über die globale soziale Rechenschaftspflicht von Unternehmen sowie Handlungsmöglichkeiten für interessierte Organisationen und Einzelpersonen.