

# ALL DIE TEXTIL-SCHNÄPPCHEN – NUR UM DEN PREIS VON HUNGERLÖHNE!

Ein Leitfaden für Aktionen von  
VerbraucherInnen und GewerkschafterInnen  
zum Thema



Aus dem Film CHINA BLUE/Regie: Micha X Peled (Foto: BFILM Verleih/EYZ Media)

## Discounter und globale soziale Rechenschaftspflicht – Das Beispiel ALDI

Gefördert durch die



STIFTUNG UMWELT  
UND ENTWICKLUNG  
NORDRHEIN-WESTFALEN



V.i.S.d.P.: CCC Deutschland, c/o VEM,  
Rudolfstraße 131, 42285 Wuppertal

# A

## |2| 1. Hintergrund

Discountunternehmen sind in den letzten Jahren auf die Spitzenplätze des Textileinzelhandels in Deutschland vorgerückt. Mittlerweile kauft hierzulande jede/r zweite KundIn Textilien und Bekleidung (T&B) bei Discountern. Da aber immer mehr Discounter nach vorne rücken, der Textilkonsum in Deutschland jedoch gleichzeitig abnimmt, hat sich der Wettbewerb drastisch verschärft. Daran ändert auch der seit 2006 leicht gestiegene Umsatz im Handel dieser Branche nichts. Das jüngste Beispiel für die Auswirkungen dieses Wettbewerbs sind krasse Arbeitsrechtsverletzungen bei Aldi-Zulieferern in China und Indonesien, wie sie in der SÜDWIND-Publikation »All die Textilschnäppchen« vom Mai 2007 beschrieben werden.

Mit öffentlichen Kampagnen haben globale Netzwerke wie die Kampagne für Saubere Kleidung (Clean Clothes Campaign = CCC) in Europa und die Anti-Sweatshop-Bewegung in den USA seit Beginn der 1990er Jahre gegen die unsoziale globale Beschaffungspolitik von Marken- und Textileinzelhandelsunternehmen protestiert und in Einzelfällen erste Fortschritte für die Beschäftigten in den Zulieferbetrieben erzielt.



(Foto: Dominic Kloos)

## 1. Hintergrund

Discounter sind erst in den letzten Jahren ins Blickfeld von Gewerkschaften und Basisgruppen geraten. Die Tchibo- und die Lidl-Kampagne von CCC, Ver.di und ATTAC haben das öffentliche Bewusstsein über die Verantwortung von Discountunternehmen für die Verschärfung des Wettbewerbs zu Lasten der Beschäftigten geweckt.

Es ist Zeit, dass nun auch das größte Discountunternehmen Deutschlands und Europas, die **Aldi-Gruppe** (Aldi Nord und Aldi Süd), unter die Lupe genommen wird. Die internationale CCC bereitet für die Zeit ab 2008 eine größere Kampagne zu Discountunternehmen vor, in die die Aktionen zu Aldi in Deutschland eingebettet werden sollen. Da ca. 85% der VerbraucherInnen in Deutschland in Aldi-Filialen einkaufen – unter ihnen als größte Einzelgruppe die Besserverdienenden – kann hier ein erhebliches Druckpotential aufgebaut werden.

Einerseits soll das Unternehmen durch die Macht von VerbraucherInnen und GewerkschafterInnen unter Druck gesetzt werden, damit es eine Sozialverantwortung (Corporate Social Responsibility = CSR) bei weltweiten Zulieferern übernimmt und sich unabhängig überprüfen lässt. Andererseits sollen gesetzliche Initiativen an politische EntscheidungsträgerInnen herangetragen werden, durch die Unternehmen wie Aldi an eine globale soziale Rechenschaftspflicht gebunden werden sollen.

Im Folgenden werden zu diesen beiden Aktionsfeldern Vorschläge für VerbraucherInnen und GewerkschafterInnen gemacht.



# A

## |4| 1. Hintergrund



Aus dem Film CHINA BLUE/Regie: Micha X. Peled (Foto: BFILM Verleih/EYZ Media)

Totmüde von der Arbeit

## 2. Handlungsvorschläge

51

### 2.1 Allgemeine Informations-Veranstaltungen und Pressearbeit

- ▶ Informations- und Öffentlichkeitsaktivitäten sollen das Thema der textilen Beschaffung und globalen Sozialverantwortung von Discountern am Beispiel der Aldi-Gruppe in der Öffentlichkeit bekannt machen. Hierzu zählen **Veranstaltungen, Schulungen, Hintergrundgespräche und Pressearbeit**. Zielgruppen sind zunächst 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. Für den **19.1. (Herzogenrath), 9.2. (Dortmund) und 23.2.2008 (Krefeld) sind bereits ganztägige MultiplikatorInnen-Schulungen** (jeweils samstags) verabredet, die dazu dienen MultiplikatorInnen so zu unterweisen, dass sie später die Thematik als ReferentInnen in ihren Organisationen und Gebieten weitergeben können. Die Beispiele für die textile Beschaffung von Aldi in China und Indonesien aus der SÜDWIND-Publikation sind geeignet, das weit verbreitete Phänomen der Schnäppchenjagd von VerbraucherInnen zu problematisieren. 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. Ein Ziel der Informations- und Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen der geplanten Aldi-Aktionen ist deshalb, den hohen Preis von billigen Schnäppchen herauszustellen und Gegenschritte von kritischen KonsumentInnen einzuleiten.

## 16| 2. Handlungsvorschläge

- ▶ Auch in der **betrieblichen Informationsarbeit** können die Arbeitsrechtsverletzungen bei Aldi-Zulieferern in China und Indonesien thematisiert und z.B. Betriebsversammlungen durchgeführt werden.
- ▶ **ReferentInnen** können über das CCC-Koordinationsbüro angefragt werden.
- ▶ **Materialien** (s. Bestellliste auf Seite 12):
  - ▷ **Broschüre »All die Textilschnäppchen«**
  - ▷ **PowerPoint-Präsentation**
  - ▷ **Handzettel**
  - ▷ **KundInnenkarte**
  - ▷ **Protestbrief**
  - ▷ **Postkarten**
  - ▷ **Einkaufs-Denk-Zettel**



(Foto: Roland Müller-Heldemreich)

Südchinesische Aldi-Zulieferfabrik  
Quanxin Knitting

### 2.2 Handlungsmöglichkeiten an die Adresse von Aldi Nord und Süd

- ▶ Aldi Nord und Aldi Süd können in Person von FilialleiterInnen durch die **KundInnenkarte** angesprochen werden. Diese Karte sagt aus, dass die VerbraucherInnen mit den Arbeitsbedingungen bei Textil-Zulieferern des Unternehmens nicht einverstanden sind. Ein solcher Druck hat in der Vergangenheit in einzelnen Fabriken für die Beschäftigten schon zu Erfolgen geführt, z.B. bei Tchibo-Zulieferern in Bangladesch.
- ▶ VerbraucherInnen und GewerkschafterInnen können einen vorformulierten **Protestbrief** an Aldi Nord und Aldi Süd senden, in dem die Unternehmens-Gruppe zu konkreten Schritten gegen Arbeitsrechtsverletzungen in Aldi-Zulieferfabriken aufgefordert wird.
- ▶ Die Teilnahme an **Aktionen vor Aldi-Filialen ab dem 8. März 2008 (Weltfrauentag)** soll weitere Aufmerksamkeit unter den VerbraucherInnen erregen und den Druck auf Aldi erhöhen. Hierfür verteilen AktivistInnen Handzettel und KundInnenkarten an Aldi-KundInnen und machen sie dadurch auf die Problematik der menschenverachtenden Arbeitsbedingungen bei Aldi-Textil-Zulieferern aufmerksam. Werbung für Aldi-Aktionen kann auch mit dem **Einkaufs-Denk-Zettel** gemacht werden.
- ▶ Ein **Mailomat** auf der Webseite der CCC ([www.saubere-kleidung.de](http://www.saubere-kleidung.de)) kann zum »virtuellen Protest« genutzt werden. Hierbei sollen der Protestbrief an das Unternehmen sowie die Aufforderungen an politische EntscheidungsträgerInnen (s.u.) in Form von vorformulierten Mails gehen.

### 2.3 Handlungsmöglichkeiten an die Adresse politischer EntscheidungsträgerInnen

VerbraucherInnen und GewerkschafterInnen können neben dem direkten Druck auf Aldi eine »Globale Soziale Rechenschaftspflicht von Unternehmen« einfordern, die im Gesetzeswerk Deutschlands verankert werden soll. Als einen wichtigen Meilenstein hierfür schlägt die CCC vor, dass das 2007 verabschiedete **Verbraucherinformationsgesetz nachgebessert** wird. Diese Forderung soll in Form von **Postkarten an die Regierung und das Parlament** gehen.

Konkret sollen das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (Minister Horst Seehofer, CDU/CSU) und der gleichnamige Bundestagsausschuss (Vorsitzende Ulrike Höfken, Bündnis 90/Die Grünen) aufgefordert werden, sich für eine gesetzliche Verpflichtung von Regierung und Unternehmen einzusetzen, nach der VerbraucherInnen umfassende, unabhängig überprüfte Informationen über die Einhaltung grundlegender Menschen- und Arbeitsrechte in Niederlassungen und bei Zulieferern von Unternehmen im In- und Ausland zur Verfügung gestellt werden müssen.

In diesem Kontext ist es von Bedeutung, dass sich das EU-Parlament seit 1999 und die Bundestags-Enquete-Kommission »Globalisierung der Weltwirtschaft« (2002) für eine Stärkung der Produktverantwortung und Offenlegungspflichten für Unternehmen eingesetzt haben.

### 2.4 Teilnahme am Aktionstreffen der CCC vom 29.2. bis 1.3.2008 in Hattingen

VertreterInnen von Aktionsgruppen und Gewerkschaften sind herzlich eingeladen, am nächsten Aktionstreffen der CCC vom 29. Februar bis 1. März 2008 in Hattingen teilzunehmen, um weitergehende Aktionen zu Discoun-tern zu planen.



(Foto: BEFILM/Verleih/EYZ Media)

Die Klammern halten die Augen bei übermüdeten chinesischen Näherinnen offen.

## |10| 3. Lesehinweise

**Burckhardt 2006**, Gisela: Tchibo – Jede Woche eine neue Welt? Dokumentation der Tchibo-Kampagne, hg. Terre des Femmes, Tübingen.

**Busse 2006**, Tanja: Die Einkaufsrevolution. Konsumenten entdecken ihre Macht, München.

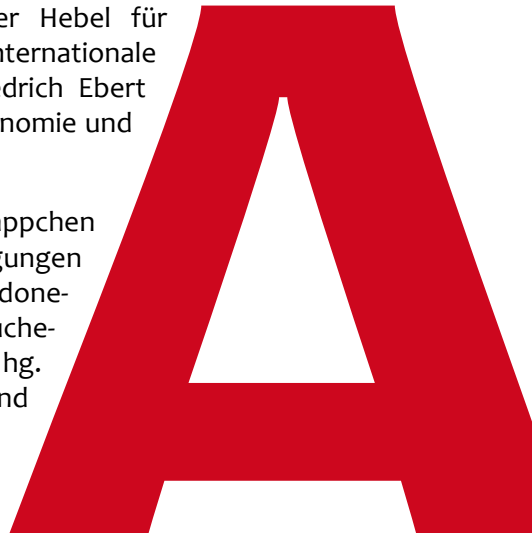
**CIR/CCC/Gerechtigkeit jetzt 2004**: Wir sind keine Maschinen. Globalisierte Bekleidungsproduktion am Beispiel Mittelamerikas, hg. Christliche Initiative Romero, Münster.

**Hamann 2006**, Andreas / et al.: Schwarz-Buch Lidl Europa. Billig auf Kosten der Beschäftigten, hg. Ver.di, Berlin.

**INKOTA-netzwerk / CCC 2006**: Quick fix – Die Suche nach der schnellen Lösung. Was bringen Sozial-Audits den Näherinnen der Sweatshops?

**Wick 2005**, Ingeborg: Werbegag oder Hebel für Beschäftigte? Ein Leitfaden für internationale Kodizes der Arbeitspraxis, hg. Friedrich Ebert Stiftung / SÜDWIND Institut für Ökonomie und Ökumene, Siegburg.

**Dies. 2007**, Ingeborg: All die Textil-Schnäppchen – nur recht und billig? Arbeitsbedingungen bei Aldi-Zulieferern in China und Indonesien. Aktionsvorschläge für VerbraucherInnen und GewerkschafterInnen, hg. SÜDWIND Institut für Ökonomie und Ökumene, Siegburg.





## Kontakt

|11|

**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](mailto:ccc-d@vemission.org) | Homepage: [www.saubere-kleidung.de](http://www.saubere-kleidung.de)

### Trägerorganisationen der Kampagne für Saubere Kleidung:

- Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend in Deutschland (aej)
- Bund der Deutschen Katholischen Jugend (BDKJ)
- Christliche Initiative Romero (CIR)
- DGB Bildungswerk
- EIRENE Lateinamerikareferat
- Evangelische Frauenarbeit in Deutschland
- Evangelische StudentInnengemeinde Deutschlands (ESG)
- IG-Metall
- INKOTA-netzwerk
- Katholische Arbeitnehmer Bewegung (KAB)
- Katholischer Deutscher Frauenbund (KDFB)
- Katholische Landjugendbewegung Deutschlands (KLJB)
- Nordelbisches Frauenwerk
- Ökumenisches Netzwerk Rhein-Mosel-Saar
- SÜDWIND-Institut für Ökonomie und Ökumene
- Terre des Femmes (TDF)
- TIE Internationales Bildungswerk
- Vereinigte Dienstleistungsgewerkschaft Ver.di
- Vereinte Evangelische Mission Wuppertal (VEM)



Aus dem Film CHINA BLUE/Regie: Micha X Peled (Foto: BFILM Verleih/EYZ Media)

**[12] Hiermit bestelle ich**

bei der Vertriebsadresse der **Kampagne für Saubere Kleidung**,  
 c/o Christliche Initiative Romero, Frauenstr. 3-7, 48143 Münster,  
 Tel: 02 51 / 89 503, Fax: 02 51 / 82 541, [cir@ci-romero.de](mailto:cir@ci-romero.de)

**Ex. All die Textilschnäppchen – nur recht und billig?**

Arbeitsbedingungen bei Aldi-Zulieferern in China und Indonesien

(ab 10 Ex. 4,50 €, ab 50 Ex. 4 €) . . . . . 5,00 €\*  
 (auch kostenlos downloadbar unter [www.suedwind-institut.de](http://www.suedwind-institut.de))

Ex. **Handzettel** (für je 1000 Ex.) . . . . . 5,00 €\*

Ex. **KundInnenkarte** (für je 10 Ex.) . . . . . 1,00 €\*  
 (1 Ex. = 1 DIN A4-Blatt à 6 KundInnenkarten)

Ex. **Postkarten an politische EntscheidungsträgerInnen**  
 (für je 10 Ex. | 1 Ex. = 1 DIN A4-Blatt à 2 Postkarten) . . . . . 1,00 €\*

Ex. **Aktionsleitfaden** (für je 1 Ex.) . . . . . 1,00 €\*

Blöcke **Mein Einkaufszettel – Ein Denkkzettel für Aldi**  
 (1 Block à 50 Zettel) . . . . . 0,50 €\*

\* Zuzüglich zu den Materialkosten  
 werden Versandkosten in Rechnung gestellt.

Zusätzlich und kostenlos downloadbar  
 unter [www.saubere-kleidung.de](http://www.saubere-kleidung.de):

- ▶ **Protestbrief an Aldi**
- ▶ **PowerPoint-Präsentation zu »All die Textilschnäppchen«**