

## Arbeitsrechte müssen auf die Agenda

### **Offener Brief:**

### **Kampagne für Saubere Kleidung nimmt nicht an Puma-Gesprächen im Kloster Banz teil**

Berlin (ots) - Die Kampagne für Saubere Kleidung wird an den morgen stattfindenden Gesprächen im Kloster Banz nicht teilnehmen, da grundlegende Themen zur Durchsetzung internationaler Arbeitsrechte beispielsweise Existenzsichernde Löhne und Organisationsfreiheit in den globalen Zulieferbetrieben nur ungenügend behandelt werden.

"In Kloster Banz bewirbt Puma gerne sein soziales Engagement, doch bleibt dieses vor den Fabrikatoren der Zulieferer stecken.", so Sandra Dusch Silva von der Kampagne für Saubere Kleidung. Im vergangenen Jahr konfrontierte die Kampagne für Saubere Kleidung den Konzern mit dem Report "Die Hürden überwinden" mit massiven Arbeitsrechtsverletzungen bei den Zulieferern. Gleichzeitig wurden zentrale Forderungen zur Problemlösung aufgestellt: Einhaltung von Gewerkschaftsfreiheit und Zahlung Existenz sichernder Löhne. Bis heute kam das Unternehmen dem nicht nach.

Weiterhin wird im globalen Wettlauf um die vorderen Ränge der Sportartikelmarken die Lasten durch "just in time" Produktion bzw. keine finanzielle Beteiligung für Verbesserungsmaßnahmen auf die Zulieferbetrieben und somit letztlich auf die ArbeiterInnen abgewälzt. Erkenntnisse aus Untersuchungen, wie der JoIn-Initiative (Joint Initiative for Corporate Accountability and Workers Rights), einem Projekt bei dem Puma beteiligt war, werden nicht dazu genutzt, dass diese in der gesamten Lieferkette umgesetzt werden. Eher wird auf vorzeigende Projekte und Alibiprodukte gesetzt.

"Für uns als Kampagne kann dieses strategische Vorgehen nur als Mangel an wirklicher Bereitschaft zur Implementierung grundlegender international verbrieft Arbeitsstandards eingeschätzt werden.", so Berndt Hinzmann, Kampagne für Saubere Kleidung.

Damit sich die Situation der NäherInnen in den weltweiten Zulieferbetrieben verbessert, muss Puma und die anderen Händler die Einkaufspraxis verändern. Ein erster Schritt in diese Richtung ist, dass die Unternehmen künftig vor allem bei Zulieferern ordern, die höhere Sozialstandards einhalten und wo Gewerkschaftsfreiheit respektiert wird. Das zentrale Problem der Löhne, die nicht zum Leben ausreichen, kann durch die Umsetzung des Konzepts der JoIn-Lohnleiter strategisch angegangen werden.

Der neue innovative Vorschlag von Partnern aus dem Süden versucht ebenfalls konstruktiv das Problem anzugehen. Die Asiatische Grundlohn-Kampagne (Asian Floor Wage Campaign) tritt gemeinsam mit der Kampagne für Saubere Kleidung dem weltweiten Lohndumping entgegen. Die Kampagne benutzt das Konzept der Purchasing Power Parity (PPP) bzw. der Kaufkraftparität (KKP) der Weltbank. Für das Jahr 2009 wurde der Wert von 475,00 \$ PPP pro Monat als Existenzsichernder Lohn errechnet. Auch über diese zivilgesellschaftliche Initiative wurden Puma und andere Unternehmen informiert. Die Zivilgesellschaft fordert dazu auf, nachhaltige Strategien zur Verbesserung der Kernprobleme seitens Pumas oder in einer "Sektorweiten Lösung" vorzulegen.

Nachhaltiges CSR-Engagement und Gesprächsforen müssen eine Basis haben, bei der die Lösung der Kernprobleme ein zentraler Punkt ist.

"Die Banzer Gespräche scheinen dieses Jahr, eher als Social-Clean-Washing vor der WM zu fungieren, um für Puma ein Imagezugewinn zu erzielen.", so Sandra Dusch Silva. "Sollte Puma einen konzeptionellen Vorstoß in den genannten Bereichen, Existenz sichernder Lohn

sowie Gewerkschaftsfreiheit, vorlegen, wird die Clean Clothes Campaign - Kampagne für Saubere Kleidung darauf konstruktiv reagieren", sagt Berndt Hinzmann.

Die Clean Clothes Campaign - Kampagne für Saubere Kleidung ist ein weltweites Netzwerk von 300 Organisationen, die für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Textil- und Bekleidungsindustrie eintreten. In Deutschland gehören über 20 Organisationen zur Kampagne, darunter das INKOTA-netzwerk und die Christliche Initiative Romero.