

# Gegenwind für Outdoor-Hersteller

*Seit Ende Juni läuft die Kampagne der Christlichen Initiative Romero zu Outdoor-Bekleidungsherstellern wie Jack Wolfskin, Vaude oder Schöffel. Die Branche profitierte lange Jahre von einem „grünen“ Image sowie dem Bild vom Reisen und Kennenlernen fremder Kulturen. Wer wollte da noch an Arbeitsrechtsverletzungen denken?*

TEXT: MAIK PFLAUM (CIR)



**Gab auf ihrer Rundreise Infos aus erster Hand: Mariela Quintanilla.**

**D**as Comité Nacional Laboral, langjährige Partnerin der Christlichen Initiative Romero in El Salvador, hat seit Anfang dieses Jahres mit CIR-Finanzierung die Arbeitsbedingungen in den Weltmarktfabriken El Salvadors untersucht.

Dort wird für so renommierte und teure Marken wie The North Face oder Patagonia gefertigt. Gleichzeitig befragten wir zusammen mit der Kampagne für Saubere Kleidung in der Schweiz 15 Outdoor-Unternehmen und erstellten hieraus Firmenprofile zur sozialen Verantwortung der Markenhersteller. Das Ergebnis war ernüchternd: Von guten Arbeitsbedingungen kann keine Rede sein. Es fehlen in aller Regel unabhängige Kontrollsysteme. Hun-

gerlöhne sind an der Tagesordnung. Die Produktion findet teilweise sogar in der Militärdiktatur Myanmar (Burma) statt. Und: Einige Unternehmen wie Schöffel und Tatonka waren erst gar nicht zu einer Antwort bereit.

## „Sklaverei ohne Ketten“

Im Juli absolvierte die salvadorianische Näherin Mariela Quintanilla auf Einladung der CIR eine Vortragsreise durch Deutschland. Sie berichtete über die unhaltbaren Zustände in dieser Branche. Gekoppelt mit einer Protestkartenaktion, sollte dies Druck auf die Outdoor-Marken ausüben. Die zentralen Forderungen der Kampagne sind transparente Informationen, ein umfassender Verhaltenskodex, der einen die Grundbedürfnisse befriedigenden Lohn einschließt, sowie eine unabhängige, verlässliche Kontrolle durch eine Multi-Stakeholder-Initiative. Eine solche setzt sich aus Unternehmen, Gewerkschaften und Nichtregierungsorganisationen zusammen. Die Akteure balancieren hierbei ihre Interessensunterschiede aus. Aussagen gewinnen dadurch eine hohe Glaubwürdigkeit. Mit Mariela Quintanilla besuchten wir die „OutDoor“ in Friedrichshafen, Europas

FOTOS: CIR/MAIK PFLAUM, CIR-ARCHIV

größte Messe für Outdoor-Artikel. 850 Aussteller boten einem Fachpublikum vom Anorak über Regenjacken bis zum Zelt alles für das Leben „draußen“ an. Mariela Quintanilla konnte nur staunen, mit wie viel Aufwand und wie teuer die Hosen und Jacken in Deutschland angepriesen werden – wohlwissend, dass diejenigen, die sie nähen, oftmals zu Armut und Entbehrung verdammt sind. „Unser Tageslohn beträgt knapp sechs US-Dollar. Im Team aus sieben NäherInnen fertigen wir pro Tag 1000 Kleidungsstücke und mehr. Wenn ich dann die Verkaufspreise sehe, wird mir ganz schwindelig“, so Mariela Quintanilla. Die CIR fordert von den Unternehmen, diese „Sklaverei ohne Ketten“, wie Mariela es nannte, zu beenden.

## Es geht auch anders

Dass es auch anders geht, zeigen die Outdoor-Firmen Mammüt und Odlo. Sie sind Mitglieder der Fair Wear Foundation, einer Multi-Stakeholder-Initiative, die für verlässliche Kontrollen steht und die Zahlung eines Grundbedürfnislohns vorschreibt.

Im Rahmen der „OutDoor“ fanden Gespräche mit führenden Unternehmen der Branche statt. Man merkte den FirmenvertreterInnen an, dass sie den öffentlichen Druck wahrgenommen hatten. Die Unternehmen zeigten sich bei den Gesprächen offen, unseren Forderungen nachzukommen. Mittlerweile hat Jack Wolfskin wichtige Informationen und Grundlagen der Unternehmensverantwortung öffentlich zugänglich gemacht und auf seine Website gestellt, darunter den Verhaltenskodex, der die Rechte der NäherInnen festschreibt. Vaude erklärte, dass es an einer Lösung für eine unabhängige, externe Verifizierung (Kontrolle) arbeite und aktuell abwäge, welcher Initiative es beitrete.

Dies sind erste, wichtige Zwischenschritte und auch ein Erfolg unserer Outdoor-Kampagne. Nun müssen wir am Ball bleiben und beobachten, ob es zu Veränderungen kommt,

die die Arbeitsbedingungen der NäherInnen verbessern – oder ob es sich um bloße Lippenbekenntnisse handelt. ■



Die Veröffentlichung des Infodienstes wurde mit Unterstützung der Europäischen Union ermöglicht. Für den Inhalt dieser Veröffentlichung ist allein die CIR verantwortlich; der Inhalt kann in keiner Weise als Standpunkt der Europäischen Union angesehen werden.

# Druck machen...

## ...für saubere Outdoormode

Ihr Druck zeigt Wirkung. Bitte unterstützen Sie unsere Kampagne und schreiben Sie an die Outdoor-Firmen. Postkarten und eine Aktionszeitung gibt es bei der Christlichen Initiative Romero (siehe Bestellschein Seite 35).

Die Profile der Firmen finden Sie unter [www.ci-romero.de](http://www.ci-romero.de)

