



Zweifelhafte Geschäftsgebaren im Zeichen von Freiheit und Abenteuer

Europas größte Outdoor-Messe: Branche in der Kritik

Berlin / Münster, 12. Juli 2010. Die Hersteller von Outdoor-Funktionskleidung können sich freuen: Kaum eine andere Branche hat in den vergangenen Jahren trotz Wirtschaftskrise derart starke Zuwachsraten erzielt. Markenunternehmen wie The North Face, Schöffel oder Tatonka stehen für das Erleben der Natur, für die Sehnsucht nach fremden Ländern, für Freiheit und Abenteuer. Das Image der Outdoor-Unternehmen ist entsprechend positiv besetzt. Zu Unrecht, wie jetzt die Kampagne für Saubere Kleidung (Clean Clothes Campaign / CCC) feststellt.

Die Kampagne hat in den vergangenen Monaten Selbstbild und tatsächliches Geschäftsgebaren von 15 international tätigen Unternehmen der Outdoor-Bekleidungsbranche eingehend untersucht. Mit ernüchternden Resultaten. So trifft etwa der in Deutschland ansässige Hersteller Schöffel, wie auch andere VertreterInnen der Branche, keinerlei Vorkehrungen für eine Mitbestimmung von ArbeiterInnen in Produktionsländern, in denen Gewerkschaftsfreiheit nicht existiert. Wieder andere Unternehmen verzichten gänzlich darauf, sich für die Einhaltung von Arbeits- und Menschenrechten bei der Herstellung ihrer Produkte zu engagieren. Löhne, die für ein Leben in Würde nicht ausreichen, verzeichnet die Kampagne für Saubere Kleidung ebenso wie im Fall des schwedischen Herstellers Fjällräven fehlende Obergrenzen für Überstunden, wodurch exzessiver Mehrarbeit in den Fertigungsstätten Tür und Tor geöffnet ist.

„Image und Realität der Outdoor-Branche klaffen zum Teil schmerzhaft auseinander“, bringt Kirsten Clodius die Ergebnisse der Untersuchung auf den Punkt. „Statt nachhaltiger sozialer Entwicklung wird allzu oft nachhaltige Ausbeutung praktiziert.“ Für die Referentin der Christlichen Initiative Romero (CIR), einer der TrägerInnen der Kampagne für Saubere Kleidung, ist es deshalb erfreulich, dass der deutsche Outdoor-Riese Jack Wolfskin sich künftig stärker um würdige Arbeitsbedingungen in seiner Lieferkette bemühen möchte: Jack Wolfskin hat Anfang Juli seinen Beitritt zur Fair Wear Foundation erklärt, einer Multi-Stakeholder-Initiative, die sich für eine effektive Verbesserung von Arbeitsbedingungen einsetzt. „Dass sich ein Unternehmen wie Jack Wolfskin einem der am weitesten reichenden Verhaltenskodizes auf dem Markt verpflichtet, wird Signalcharakter für die Branche haben“, ist sich Clodius sicher.

Allein, bei solchen Schritten einzelner, wenngleich wichtiger Unternehmen soll es nach dem Willen von Berndt Hinzmann nicht bleiben: „Die gesamte Branche steht in der Pflicht. Alle Hersteller von Outdoor-Bekleidung sind aufgefordert, ihrer sozialen Verantwortung endlich in ausreichender Weise gerecht zu werden, Fairness zu entdecken und die entsprechenden Herausforderungen anzugehen“, erklärt der Sprecher des INKOTA-netzwerk e.V., ebenfalls Kampagne für Saubere Kleidung. „Grundlegende Arbeitsstandards im weltweiten Zulieferernetz müssen endlich umfassend umgesetzt und durch unabhängige externe Institutionen wirksam kontrolliert werden.“ Nur auf diese Weise, so Hinzmann und Clodius, könne sichergestellt werden, dass zwischen Image und Realität der Outdoor-Branche nicht länger mehr eine Lücke klaffe, die einen Skandal darstelle.

Die Kampagne für Saubere Kleidung hatte im vergangenen Jahr erstmalig Selbstbild und Realität der Outdoor-Bekleidungshersteller in einer eigenen Untersuchung überprüft. Erfreulich für die Kampagne: In diesem Jahr präsentierten sich die Unternehmen der Branche transparenter als bei der Befragung 2009. Die aktuelle Studie wird vor dem Hintergrund der vom 15. bis zum 18. Juli in Friedrichshafen stattfindenden „OutDoor“ veröffentlicht, der größten Outdoor-Messe Europas.

Bei Rückfragen zu dieser Presse-Information wenden Sie sich bitte an:

André Hagel, Referat Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Christliche Initiative Romero (CIR),
Breul 23, D - 48143 Münster, Fon ++49 - (0)2 51 - 8 95 03, Fax ++49 - (0)2 51 - 8 25 41,
E-Mail hagel@ci-romero.de, Internet www.ci-romero.de

Berndt Hinzmann, Bildung und Öffentlichkeit, INKOTA-netzwerk e.V.,
Chrysanthemenstraße 1-3, 10407 Berlin,
Mobil 0160 94 69 87 70, Fon ++49 - (0)30 - 42 08 202-0, Fax: ++49 - (0)30 - 42 08 202-10,
E-Mail hinzmann@inkota.de, Internet www.inkota.de, www.saubere-kleidung.de