

Presse-Information

Supermarktinitiative und Kampagne für Saubere Kleidung: Einzelhandel ist weit entfernt von menschenwürdigen Arbeitsbedingungen

Kritik am Preis für Unternehmensethik für die Business Social Compliance Initiative

Berlin, 7. Dezember 2009. Die Supermarktinitiative und die Kampagne für Saubere Kleidung kritisieren die heutige Vergabe des Preises für Unternehmensethik des Deutschen Netzwerks Wirtschaftsethik an die Business Social Compliance Initiative (BSCI). Eine Auszeichnung der BSCI für Transparenz und Entwicklung menschenwürdiger Arbeitsbedingungen sei nicht nachvollziehbar.

„Aldi, Lidl, Metro und weitere deutsche Einzelhandelsunternehmen, die BSCI-Mitglieder sind, tragen Verantwortung für die weltweite Schwächung von Sozialstandards“, sagt Sandra Dusch Silva von der Kampagne für Saubere Kleidung. Die Supermarktinitiative hat zahlreiche Arbeitsrechtsverletzungen bei Zulieferern von BSCI-Mitgliedsunternehmen dokumentiert. Löhne unterhalb des Existenzminimums, Zeitverträge, Unterdrückung von Gewerkschaften, ausufernde Überstunden und Frauendiskriminierung gehören zum Alltag in den Fabriken, die für BSCI-Mitgliedsunternehmen arbeiten.

„Die BSCI-Betriebskontrollen sind kein effektiver Weg, um die Arbeitsbedingungen in der Zulieferkette zu verbessern“, sagt Oxfams Arbeitsrechte-Expertin Franziska Humbert. Die ArbeiterInnen, die bei den Betriebskontrollen interviewt werden, stehen oft unter enormem Druck und haben Angst, ihren Job zu verlieren, wenn sie sich negativ äußern. Zudem sind Berichte über diese Betriebskontrollen nicht einsehbar.

Weiterer Kritikpunkt: Nichtregierungsorganisationen und Gewerkschaften sind in der BSCI keine gleichberechtigten Mitglieder. Kleinbauernfamilien und ArbeiterInnen haben somit keine Interessenvertretung und Einspruchsmöglichkeit.

Die Supermarkt-Initiative ist ein Zusammenschluss von 23 Nichtregierungsorganisationen und Gewerkschaften, die den Missbrauch von Einkaufsmacht aufdecken und begrenzen wollen. Die fünf größten Supermarktketten Deutschlands (Aldi, Edeka, Lidl, Metro und Rewe) haben inzwischen eine Marktmacht von über 90 Prozent. Dadurch können sie den Lieferanten ihre Bedingungen diktieren: sehr hohe Qualität zu niedrigsten Preisen. Die Lieferanten geben den Preisdruck entlang der Lieferkette weiter. Leidtragende dieser Marktmacht sind ArbeiterInnen in den Fabriken und auf den Plantagen der Produktionsländer, die Angestellten in den deutschen Filialen und die Umwelt. Mehr dazu unter www.supermarktmacht.de.

Die Kampagne für Saubere Kleidung (Clean Clothes Campaign / CCC) ist ein Netzwerk von über 300 Gewerkschaften und Nichtregierungsorganisationen, Verbraucherorganisationen, kirchlichen Gruppen, Eine-Welt-Läden, Recherche-Institutionen und Frauenrechtsorganisationen. Ziel der CCC ist eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der weltweiten Bekleidungs- und Sportartikelindustrie. Mehr dazu unter www.saubere-kleidung.de.

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

Sandra Dusch Silva, Kampagne für Saubere Kleidung/Christliche Initiative Romero, Tel. 0 30 / 41 72 47 84, mobil 01 57 / 84 51 20 97, dusch@ci-romero.de, www.ci-romero.de

Franziska Humbert, Supermarktinitiative, Oxfam Deutschland e.V., Tel. 0 30 / 45 30 69 25, mobil 01 71 / 2 12 41 06, fhumbert@oxfam.de, www.oxfam.de