



10.04.2007

## **Puma: Rekordgewinne und Hungerlöhne in den Nähfabriken**

Nürnberg - Trotz Rekordgewinne lässt Puma in Ländern wie El Salvador Kleidung unter unmenschlichen Arbeitsbedingungen herstellen - Arbeitsrechte werden massiv verletzt - so die scharfe Kritik der Kampagne für 'Saubere' Kleidung (Clean Clothes Campaign/CCC) anlässlich der diesjährigen Hauptversammlung der Puma AG.

"Eine Näherin in El Salvador oder Indonesien, die Vollzeit für Puma arbeitet, muss ihre Kinder hungrig ins Bett schicken, da die 157,75 US-Dollar in El Salvador nicht einmal für den Grundbedarf an Lebensmitteln ausreichen", erklärt Sandra Dusch Silva von der Christlichen Initiative Romero (CIR). Dieser geringe Lohn zwingt die Arbeiterinnen, auf Pausen zu verzichten und Überstunden zu arbeiten, um über Zuschläge und Bonusleistungen ihren mageren Lohn aufzustocken. Das hat schwere gesundheitsschädliche Folgen: Bereits mit 35 Jahren können die vorwiegend weiblichen Beschäftigten diesen Marathon nicht mehr aushalten. Sie verlassen "freiwillig" die Fabrik oder werden entlassen.

Während die realen Lohnzahlungen in den Zulieferbetrieben stetig sinken, explodieren die Zahlungen an den Vorstandschef Zeitz und dessen Stellvertreter Gänslar, wie die Koordinatorin der Kampagne für 'Saubere' Kleidung (CCC) Christiane Schnura deutlich macht. Pro Tag erhielt Zeitz im Jahr 2006 umgerechnet 32.534 Euro nur aus Aktienoptionen. Für die Umsetzung von Arbeitsrechten in den weltweiten Zulieferfabriken fehlt jedoch das Geld.

So erklärte Puma im November 2006 das finanzielle Aus für ein gemeinsames Pilotprojekt mit der CCC. In dem Projekt sollten die Arbeitsbedingungen bei direkten und indirekten Puma-Lieferanten überprüft werden. Besondere Beachtung fanden dabei frauenspezifische Themen und die direkte Beteiligung lokaler Organisationen.

Die nötigen Mehrkosten für eine Projektverlängerung um ein halbes Jahr lag weit unter dem "Tagesverdienst" des Vorstandsvorsitzenden Zeitz. Zudem stieg der Umsatz des Konzerns im WM-Jahr um satte 33 Prozent. Denn nicht nur die meisten WM-Teams trugen das Raubkatzenlogo auf der Brust, sondern auch der Weltmeister Italien ging mit dem Puma-Logo auf den Titelblättern um die Welt. Doch wenn selbst in einem wirtschaftlich so erfolgreichen Jahr keine finanzielle Bereitschaft besteht für die Verbesserung von Arbeitsrechten einzutreten, war das Pilotprojekt mit der CCC einzig eine raffinierte Werbekampagne Pumas zur Fußball-Weltmeisterschaft.

Diese scheinheilige CSR-Politik werden am 11. April zahlreiche AktivistInnen zur Hauptversammlung der Puma AG öffentlich an den Pranger stellen.