



Schutz der Arbeit in Partner- schaftsabkommen mit China?

Fallbeispiele Adidas, Metro und Aldi

Schutz der Arbeit in Partnerschaftsabkommen mit China?

Fallbeispiele Adidas, Metro und Aldi

Impressum:

Erscheinungsort und Datum:

Siegburg, Juni 2010

Herausgeber:

SÜDWIND e.V. – Institut für Ökonomie und Ökumene in Kooperation mit dem Ökumenischen Netz Rhein Mosel Saar

AutorInnen:

Ingeborg Wick
N.N. (Kapitel 3.1 bis 3.5)
Sabine Ferenschild (Kapitel 4)

Redaktion und Korrektur:

Vera Pack und Erika Stückrath

V.i.S.d.P.:

Martina Schaub

Gestaltung und Satz:

Frank Zander, Berlin

Druck und Verarbeitung:

Druckerei u. Verlag Brandt GmbH, Bonn

Titelfoto:

Einer der beiden Schutzgötter »Heng« und »Ha« am Eingang des buddhistischen Tempels Liurong in Guangzhou. Sie stehen für die Abwehr von Gefahren und den Einsatz für Gerechtigkeit. (Foto: Sabine Spurga)

ISBN: 978-3-929704-52-5

Adresse:

SÜDWIND e.V.
Lindenstraße 58–60
53721 Siegburg
Tel.: +49 (0)2241-53617
Fax: + 49 (0)2241-51308
info@suedwind-institut.de
www.suedwind-institut.de

Bankverbindung:

Bank für Sozialwirtschaft

Konto-Nr.: 814 00 00

BLZ: 370 205 00

Gedruckt auf Recycling-Papier

Danksagung:

Gefördert von InWEnt aus Mitteln des BMZ.
Diese Publikation wurde vom Evangelischen Entwicklungsdienst (EED) gefördert.

Inhalt

1. Einleitung	4
2. Deutsch-chinesische Partnerschaftsabkommen und das Thema ‚Arbeit‘ – Überblick und Fallbeispiele	5
3. Untersuchungsberichte aus China, Unternehmensstellungen und Kommentare	11
3.1 Zusammenfassung	11
3.2 Adidas-Zulieferer in Fujian	13
3.3 Metro Cash & Carry-Märkte in Chongqing und Guangzhou	24
3.4 Aldi-Zulieferer in Guangdong	34
3.5 Übersichtstabelle: Verletzungen chinesischer Arbeitsgesetze in den untersuchten Betrieben und Standorten	44
3.6 Untersuchungsstellungen und Kommentare	46
3.6.1 Stellungnahme von Adidas und Kommentar	46
3.6.2 Stellungnahme von Metro und Kommentar	49
3.6.3 Stellungnahme von Aldi und Kommentar	51
4. Adidas – Impossible is nothing? Profil eines Weltkonzerns	54
5. Unternehmensportrait Metro: ‚Zum Handeln geschaffen‘	64
6. Unternehmensportrait Aldi: Discounter verschärfen Preiskrieg im Einzelhandel	73
7. Zusammenfassung und Handlungsperspektiven	81
8. Serviceteil	86
8.1 Literaturangaben	86
8.2 Abkürzungen	90
8.3 Währungsangaben	91
8.4 Liste ausgewählter IAO-Konventionen und chinesischer Arbeitsgesetze	91
8.5 Linksammlung	92

1. Einleitung

Nach Beginn der Weltmarktöffnung Chinas vor drei Jahrzehnten und der Gründung von Sonderwirtschaftszonen in den chinesischen Küstenregionen haben immer mehr Kommunen und Bundesländer in Deutschland Partnerschaftsabkommen mit chinesischen Städten und Provinzen abgeschlossen. Heute sind 88 deutsche Kommunen und 16 Bundesländer sowie mehr als 100 Schulen durch Partnerschafts- bzw. Austauschprogramme mit China verbunden.

Hauptmotor für die kommunalen und regionalen Partnerschaftsabkommen waren von Anfang an Wirtschaftsinteressen, obwohl in den letzten Jahren auch umwelt-, forschungs- und bildungspolitische Belange an Bedeutung gewannen.

Über Partnerschaftsabkommen fördern deutsche Kommunen und Bundesländer die Interessen von Unternehmen, die nach China expandieren und an dessen Wirtschaftsdynamik durch Investitions- und Handelsaktivitäten partizipieren. Doch haben die Partnerschaften mit China bisher die Tatsache weitgehend ausgeklammert, dass das Wirtschaftswachstum und die weltweit führende Exportposition Chinas auf extrem niedrigen Arbeitskosten aufbauen, die eine Folge systematischer Arbeitsrechtsverletzungen sind.

Eine Ausnahme von diesem Gesamtbild deutsch-chinesischer Partnerschaften bildet die Partnerschaft zwischen Rheinland-Pfalz und der chinesischen Provinz Fujian. Angesichts der Ausklammerung von Arbeitsrechtsverstößen aus der offiziellen Partnerschaft hat sich vor drei Jahren ein Bündnis von Gewerkschaften und Nichtregierungsorganisationen (NRO) in Rheinland-Pfalz zusammengeschlossen. Dieses Bündnis brachte die Ergebnisse einer Untersuchung über Arbeitsbedingungen bei einem Adidas-Zulieferer in Fujian an die Öffentlichkeit und setzte sich dafür ein, die Arbeitsrechtsverletzungen in dieser Fabrik zu einem Thema der Partnerschaft zwischen Rheinland-Pfalz und Fujian zu machen. Dabei verwies das Bündnis auch auf die freiwillige Selbstverpflichtung von Adidas zu einer globalen Sozialverantwortung, die das Unternehmen Ende der 1990er Jahre als Reaktion auf öffentliche Kritik an seiner Beschaffungspraxis eingegangen war.

Die vorliegende Publikation will die Debatte zu dieser Thematik aufgreifen und ausweiten. Sie enthält die Ergebnisse von Untersuchungen über

Arbeitsbedingungen in Zulieferfabriken von Adidas und Aldi in den chinesischen Provinzen Fujian und Guangdong sowie in Cash & Carry-Märkten von Metro in Chongqing und Guangzhou, die durch Partnerschaftsabkommen mit deutschen Kommunen und Bundesländern direkt oder indirekt verbunden sind. Auf diese Weise soll eine Thematisierung der Untersuchungsergebnisse in den tangierten Partnerschaften erleichtert und befördert werden.

Neben den Untersuchungsberichten aus China enthält die vorliegende Studie Unternehmensportraits von Adidas, Aldi und Metro, einen Überblick über die bestehenden deutsch-chinesischen Partnerschaftsabkommen und Handlungsperspektiven für Gewerkschaften, NRO und VerbraucherInnen, die mit öffentlichen Aktionen für eine Verankerung des Themas »Arbeit« in den Partnerschaftsforen eintreten sollen.

Wie auch im Fall der SÜDWIND-Publikationen von 2007 und 2009, für die Arbeitsbedingungen bei Aldi-Zulieferern in China untersucht worden waren, mussten für die vorliegende Studie die Namen der interviewten chinesischen Beschäftigten, der Fabriken und VerfasserInnen aus Sicherheitsgründen anonymisiert werden. SÜDWIND sieht sich in dieser Schutzmaßnahme durch die jüngste chinesische Gesetzgebung bestätigt, nach der Auslandsgelder für NRO auf dem chinesischen Festland schärfer kontrolliert werden sollen.

Über die freiwillige Selbstverpflichtung von Unternehmen hinaus fordert die vorliegende Studie eine bindende globale Sozialverpflichtung von Unternehmen (Corporate Social Accountability), die auf den Kernarbeitsnormen und grundlegenden Sozialstandards der Internationalen Arbeitsorganisation (IAO) basiert.

Eine solche gesetzlich bindende globale Sozialverpflichtung wäre ein wichtiger Schritt bei der Armutsbekämpfung, wie sie im ersten Ziel der UN-Millenniumserklärung von 2000 zum Ausdruck kommt. Auch würde sie eine Förderung der Geschlechtergerechtigkeit und Stärkung von Frauenrechten beinhalten, da es sich bei den Beschäftigten in den arbeitsintensiven Zulieferindustrien bzw. Niederlassungen von Unternehmen wie Adidas, Aldi und Metro überwiegend um Frauen handelt.

2. Deutsch-chinesische Partnerschafts- abkommen und das Thema ‚Arbeit‘ – Überblick und Fallbeispiele

Im vorliegenden Kapitel werden deutsch-chinesische Partnerschaftsabkommen auf die Frage hin untersucht, ob und ggfs. wie sie die Auswirkungen wirtschaftlicher Tätigkeit deutscher AkteurlInnen auf den Arbeitsalltag von Beschäftigten in China bisher berücksichtigt haben.

Hierfür wird zunächst ein Überblick über die Entstehung und die Aktivitäten der deutsch-chinesischen Partnerschaften gegeben. Dem schließt sich eine Bilanz erster Erfahrungen mit der Thematisierung ihrer sozialen Dimension in China anhand zweier Fallbeispiele an.

Überblick

Schon bald nach dem Beginn der wirtschaftlichen Liberalisierungs- und Öffnungspolitik der Volksrepublik China im Jahr 1979 entstanden die ersten Partnerschaftsabkommen zwischen Kommunen und Ländern der Bundesrepublik Deutschland einerseits und chinesischen Städten und Provinzen andererseits.

Die Bundesrepublik verfolgte dabei nicht nur außenwirtschaftliche, sondern auch geostrategische Interessen in der Epoche des Kalten Krieges. Denn dem Westen war zu jener Zeit an einer Annäherung an einen ehemaligen Bruderstaat des Hauptfeindes UDSSR gelegen, um dessen weltpolitischen Einfluss einzugrenzen. Die chinesische Seite wollte eine wirtschaftliche Integration in den kapitalistischen Weltmarkt fördern, um durch Kapital- und Technologietransfers die Volkswirtschaft Chinas neu auszurichten.

Zu diesem Zweck hatte die chinesische Staatsführung bereits im Jahr 1979 in den südlichen Küstenregionen von Guangdong, Fujian und Hainan Sonderwirtschaftszonen eingerichtet, die zahlreiche Attraktionen für Auslandsinvestoren anboten.

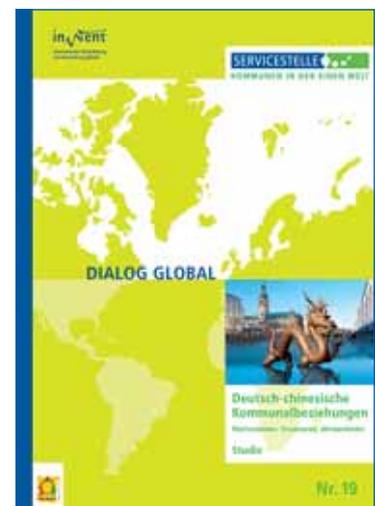
Seither wurde dieses Modell stark ausgebaut: Chinas Regierung gründete eine Vielzahl von Sonderwirtschaftszonen weit über die Küstenregionen hinaus, in denen Auslandsinvestoren meist in Joint Ventures mit chinesischen Part-

nern Standorte unterschiedlicher Industrie- und Dienstleistungsbranchen ansiedelten, die im internationalen Wettbewerb ihre Positionen immer stärker ausbauten. Zu den Kostenvergünstigungen für das Auslandskapital zählt bis heute neben den steuer- und zollrechtlichen Privilegien auch eine weitgehende Außerkraftsetzung chinesischer Arbeitsgesetze und Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (IAO) in den chinesischen Sonderwirtschaftszonen, in denen heute 40 Mio. überwiegend weibliche Arbeitskräfte beschäftigt sind (Milberg/Amengual 2008: 4).

Vor diesem Hintergrund haben seit 1982 insgesamt 88 deutsche Kommunen 100 Abkommen mit 57 chinesischen Städten (Held/Merkle 2008: 19–22, 25 und 30–31 – s. Link in Kapitel 8, Serviceteil) abgeschlossen. Auf Regionalebene unterhalten heute 16 Bundesländer Partnerschaftsabkommen mit 14 chinesischen Provinzen (s. Link in Kap. 8).

Die Partnerschaftsabkommen unterscheiden sich im Grad der Formalisierung und Aktivitäten von einander, angefangen von umfassenden, zeitlich unbegrenzten Kooperationspartnerschaften bis hin zu informellen Kontakten und Freundschaften von begrenzter Dauer (Held/Merkle 2008: 43).

Den Anfang kommunaler Abkommen machten im Jahr 1982 die Städte Duisburg und Wuhan, die als zentrale Standorte der Stahlproduktion ihre wirtschaftliche Kooperation vertiefen wollten. In der ehemaligen DDR hatten lediglich Rostock und Leipzig mit Dalian und Nanjing im Jahr 1988 Städtepartnerschaften verein-



bart. Die erste Welle kommunaler und regionaler Abkommen in den 1980er Jahren endete 1989, als die studentischen Proteste auf dem Tiananmen-Platz in Beijing brutal niedergeschlagen wurden. Nach einer kurzen Eiszeit begann eine zweite Phase des Abschlusses von Partnerschaftsabkommen in den 1990er Jahren, gefolgt von einem weiteren Schub nach dem Beitritt Chinas zur Welthandelsorganisation 2001.

Die kommunalen und regionalen Partnerschaftsabkommen entstanden vor allem aus privatwirtschaftlichen und institutionellen – nicht aus zivilgesellschaftlichen oder politischen – Kontakten zwischen beiden Ländern: Ca. 50% der Abkommen fußen auf Wirtschaftskontakten, 25% auf Kultur- und 12% auf Wissenschaftsbeziehungen im institutionellen Rahmen (*ebd.*: 42). Oft wird im Kulturaustausch eine Voraussetzung bzw. Förderung von Wirtschaftskooperation gesehen, die von vielen wirtschaftlichen Akteuren gefordert wird (*ebd.*: 57/58). Bei den Wirtschaftskontakten handelt es sich vor allem um mittelständische Betriebe, die anders als schon länger global agierende multinationale Unternehmen an einer strukturellen Abstützung bei der Ausdehnung ihres Wirkungskreises auf China bzw. Deutschland in Form kommunaler und regionaler Partnerschaftsabkommen interessiert sind.

Aufgrund dieser Entstehungsgeschichte nimmt es nicht Wunder, dass unter den Schwerpunkten der kommunalen Zusammenarbeit dem Bereich Wirtschaft/Handel die größte Bedeutung zukommt, wie eine Umfrage im Auftrag von InWEnt im Jahr 2008 ergab (*ebd.*: 53): Demnach dominieren mit drei Viertel der antwortenden Kommunen die Wirtschaftsaktivitäten eindeutig die Arbeitsschwerpunkte der deutsch-chinesischen Kommunalbeziehungen, gefolgt von den Bereichen Kunst/Kultur, Schulbildung, Stadtentwicklung/Verwaltung, Wissenschaft, Gesundheit und Umwelt (*ebd.*). Trotz der Schwerpunktsetzung »Wirtschaft« ist jedoch in den letzten Jahren eine stärkere Akzentuierung der weiteren inhaltlichen Felder festzustellen.

So sind beispielsweise Schulpartnerschaften und der Jugendaustausch mittlerweile zu einem wichtigen Bestandteil der Kooperation von deutschen und chinesischen Kommunen geworden. Zwei Drittel aller kommunalen Abkommen sehen heute Schulpartnerschaften vor (*ebd.*: 59). Insgesamt gibt es – je nach Quelle – 144 bis 250

deutsch-chinesische Schulpartnerschaften (*ebd.*: 60).

Als AkteurInnen der deutsch-chinesischen Kommunalbeziehungen überwiegen auf beiden Seiten die Kommunalverwaltungen, gefolgt von WirtschaftsvertreterInnen und Schulen, Universitäten und Kultureinrichtungen (*ebd.*: 68). In einigen Fällen spielen in Deutschland zivilgesellschaftliche Gruppen in Form von Partnerschaftsvereinen eine Rolle, hingegen kaum in China. Hierin spiegelt sich die Tatsache wider, dass es auf Grund der starken politischen Repression in China kaum kritische staatsunabhängige Stimmen gibt, die sich in Interessengruppen zusammenschließen. Die Einheitsgewerkschaft »All-Chinesischer Gewerkschaftsbund« (ACGB) ist durch ihre enge Verflechtung mit dem Staat und der Kommunistischen Partei ein Ordnungsfaktor im Sinne der Arbeitgeber, wenn es auch in den letzten Jahren vereinzelt zu eigenständigen Aktionen von betrieblichen Interessenvertretungen der Beschäftigten gekommen ist (s.u.).

Zur Finanzierung der kommunalen und regionalen Kooperation greifen die AkteurInnen in Deutschland überwiegend auf Mittel der öffentlichen Haushalte zurück, jedoch auch auf das Sponsoring von beteiligten Wirtschaftsunternehmen und -verbänden bzw. auf Drittmittel. Auf chinesischer Seite sind die Partnerkommunen – mit durchschnittlich über 5 Millionen EinwohnerInnen – in der Regel finanziell gut ausgestattet und haben für die Aktivitäten von Partnerschaftsabkommen einen erheblichen Handlungsspielraum.

Reizthemen

Bis heute sind als sensibel eingestufte Themen wie z.B. die soziale Entwicklung, Arbeitsmigration, städtische Armut, Umsiedlung und Arbeitsrechte aus der deutsch-chinesischen kommunalen und regionalen Kooperation weitgehend ausgeklammert geblieben (*ebd.*: 72). Trotz offensichtlicher inhaltlicher Zusammenhänge wurden in dieser Kooperation beispielsweise die Kehrseiten des Wirtschaftsengagements in den wirtschaftlich boomenden Küstenregionen in China oder die Problematik des Zuzugs von WanderarbeiterInnen vom Land in die Städte bisher kaum thematisiert.

Mittlerweile haben in China jedoch Prozesse einer mehr oder weniger offenen Auseinander-

setzung mit sozialen Konflikten und Gegenmaßnahmen eingesetzt, in deren Kontext sich auch die deutsch-chinesischen Partnerschaften bewegen und die für sie eine Herausforderung darstellen.

So hat die Partei- und Staatsführung in den letzten Jahren einige arbeitsgesetzliche Initiativen gestartet, um dem wachsenden sozialen Aufbegehren von Modernisierungsoptionen zu begegnen und die Früchte des wirtschaftlichen Aufschwungs Chinas breiter zu verteilen. Zu ihnen zählen das Arbeitsvertragsgesetz, das Arbeitsförderungsgesetz und das Arbeitskonfliktgesetz, die Anfang 2008 in Kraft traten und durch die die individuellen Rechte der ArbeitnehmerInnen gestärkt werden sollen.

Das neue Arbeitsvertragsgesetz zielt beispielsweise auf eine bessere Absicherung der großen Zahl prekär Beschäftigter: So müssen seit dem 1.1.2008 ein Arbeitsvertrag für Vollzeitbeschäftigte schriftlich fixiert und zwei aufeinander folgende befristete Arbeitsverträge durch eine unbefristete Beschäftigung abgelöst werden. Noch im Jahr 2005 hatte eine Umfrage des chinesischen Volkskongresses ergeben, dass 80% aller angeschriebenen Privatfirmen – vor allem in der Textil- und Bekleidungsbranche – keine schriftlichen Arbeitsverträge abgeschlossen hatten, obwohl dies ein Gesetz von 1995 vorsah (*China Daily 29.12.2005*). Auch war es bisher in ca. 60% der Unternehmen gängige Praxis, dass nur befristete Arbeitsverträge mit einer Dauer bis zu einem Jahr unterzeichnet worden waren (*Chahoud 2008a: 3*).

Ein weiteres Konfliktfeld, das mit dem Prozess wirtschaftlicher Dezentralisierung und wachsender kommunaler Eigenständigkeit in China entstanden ist, sind Forderungen nach mehr Selbstverwaltung, Teilhabe und Demokratie, die auch in der öffentlichen Debatte immer stärker in den Vordergrund drängen (*Held/Merkle 2008: 72*).

Auch die weltweite Kontroverse über die globale Sozialverantwortung von Unternehmen (CSR) spiegelt sich in jüngsten Initiativen in China wider, nachdem Arbeitsbedingungen bei chinesischen Zulieferern multinationaler Konzerne während zweier Dekaden im Fokus entwicklungspolitischer Kampagnen gestanden hatten. Im Rahmen von CSR haben Regierung und Unternehmen seit 2005 Ansätze zu einer Verbesserung von Sozialstandards nicht nur in der Textil- und Bekleidungsindustrie, auf die sie

sich zunächst bezogen, entwickelt. Nach der Veröffentlichung des CSC 9000T-Standards durch den China National Textile and Apparel Council 2005 hat auch die Regierung CSR-Maßnahmen für zentrale staatliche Betriebe eingeleitet – allerdings ohne eine zivilgesellschaftliche Beteiligung. Bis heute haben von 150 Staatsbetrieben unter Leitung der Zentralregierung lediglich 11 einen CSR-Bericht herausgegeben, und von den ca. 50.000 Textil- und Bekleidungsbetrieben haben nur 300 den freiwilligen CSC 9000T-Standard unterzeichnet (*Chahoud 2008b: 23*).

Obwohl deutsch-chinesische Partnerschaften soziale Konfliktfelder wie diese bisher weitgehend ausgeklammert haben, steht das Thema ‚Arbeit‘ dennoch in zwei jüngsten Fällen im Vordergrund von Partnerschaftsaktivitäten. Im Folgenden werden die zwei Fallbeispiele vorgestellt.

Fallbeispiel »Partnerschaft Rheinland-Pfalz – Fujian«

Schwerpunkte und Verlauf

Am 24. Mai 1989 unterzeichneten Rheinland-Pfalz und die chinesische Küstenprovinz Fujian eine Erklärung zur »Aufnahme freundschaftlicher Beziehungen und Zusammenarbeit« im Sinne der Völkerverständigung und der Zusammenarbeit »auf dem Gebiet der Wirtschaft, des Handels, der Kultur, der Ausbildung und der Technologie« (www.ak-rlp-fujian.do/dokumente.html).

Dass die Wahl auf Fujian fiel, lag insbesondere am ökonomischen Boom, den die Provinz seit der Öffnung zum Weltmarkt und der im Jahr 1980 erfolgten Einrichtung einer der ersten Sonderwirtschaftszonen Chinas in Xiamen im Süden von Fujian durchlief, so Staatssekretär Prof. Dr. Siegfried Englert, der die Partnerschaft von den ersten Tagen an begleitete und gestaltete, bei der Vorstellung der Partnerschaft anlässlich der Jahrestagung 2008 des Entwicklungspolitischen Landesnetzwerks Rheinland-Pfalz (ELAN).

1999 wurde die Partnerschaft mit einer »Vereinbarung zur Vertiefung der freundschaftlichen Zusammenarbeit« bestätigt. Die Vereinbarung zielt auf die Intensivierung der wirtschaftlichen Beziehungen und die Erweiterung der Kooperationsfelder. Für die wirtschaftliche Zusammen-

arbeit werden als zuständige Instanzen das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau in RLP und die Kommission für Außenwirtschaft und Außenhandel in Fujian benannt. Eine Kooperation der Industrie- und Handelskammern in RLP mit der Handelskammer in Fujian wird gewünscht sowie gegenseitige Konsultationen von Unternehmensvertretern.

Als weitere mögliche Kooperationsfelder werden benannt:

- Zusammenarbeit der Wissenschaft in Form einer Kooperation der Universität Fuzhou mit der Fachhochschule Wirtschaft in Ludwigshafen;
- Zusammenarbeit im Bereich »traditionelle chinesische Medizin«;
- Zusammenarbeit in Funk, Fernsehen und Presse sowie in Wissenschaft und Technologie.
- Ausbau der Beziehungen im Bereich Umweltschutz, sowohl durch die Ausbildung chinesi-

Infos zu Fujian

Fujian liegt an der südöstlichen Küste Chinas, hat 36 Millionen EinwohnerInnen und mit 121.400 qkm eine Fläche, die ca. einem Drittel der Fläche Deutschlands entspricht. Zum Vergleich: Rheinland-Pfalz hat eine Bevölkerung von 4,03 Mio. Menschen und eine Fläche von 19.853 qkm.

Der wichtigste Wirtschaftsstandort der Provinz ist die Sonderwirtschaftszone Xiamen. In Xiamen haben sich die meisten deutschen Unternehmen angesiedelt. Ausländische Investitionen flossen 2009 in einer Gesamthöhe von 5,74 Mrd. US-\$ vor allem in die Elektro-, Bekleidungs-, Spielwaren- und petrochemische Industrie.

Während die »Global Players« aus Rheinland-Pfalz wie BASF und Boehringer Ingelheim unabhängig von der Partnerschaft in China investieren, sind die partnerschaftlichen Beziehungen gerade für den Mittelstand von Bedeutung. Zu mittelständischen Firmen, die Niederlassungen in Fujian gegründet haben, gehören z.B. die Firma Wawi Schokolade aus Pirmasens und der Zulieferer für Sportschuhkomponenten aus Pirmasens, Framas.

scher Fachleute als auch durch Investitionen mittelständischer rheinland-pfälzischer Firmen.

- Zusammenarbeit im Katasterwesen und Förderung des Weinanbaus in Quanzhou
- Förderung des Kulturaustauschs
- Förderung von Geschäftsverbindungen zwischen Finanzinstituten in RLP und Fujian

Viele dieser Kooperationsfelder wurden in den folgenden Jahren konkretisiert, wie der »Bericht über den Stand der internationalen Kontakte der Landesregierung (Berichtsjahre 2005 und 2006)« zeigt (*Drucksache 15/1270 des Landtags Rheinland-Pfalz*). Da es allerdings keine zentrale Internetseite gibt, auf der sich die Partnerschaft in ihren verschiedenen Facetten darstellt, kann hier kein Anspruch auf Vollständigkeit erhoben werden.

Das Wirtschaftsministerium organisiert regelmäßig Wirtschaftsreisen nach Fujian und China, die dem Aufbau und der Pflege von Geschäftskontakten dienen.

Im wissenschaftlichen Bereich existieren folgende Kooperationen:

- 2006** Gründung der Rheinland-Pfalz-Fujian-Akademie/Deutsch Chinesische Akademie an der Universität Fuzhou; Träger auf deutscher Seite: Rheinland-pfälzische Fujian Gesellschaft
- 2006** Kooperationserklärung der TU Kaiserslautern mit der Fuzhou University zur Weiterbildung chinesischer StudentInnen in Elektrotechnik und Informationstechnik
- 2007** Kooperationsabkommen zwischen den Universitäten Trier und Xiamen
- 2008** Gründung eines Konfuzius-Instituts in Trier durch die Xiamen University
- 2008** Universität Mainz (Institut für Soziologie) vereinbart fachbezogenen Austausch mit der School of Public Affairs der Xiamen University

Im Bereich Aus- und Fortbildung unterzeichneten die Regierungen von RLP und Fujian mit der Siemens AG Geschäftsgebiet Automation and Drives im Jahr 2004 eine Erklärung zur »Einrichtung eines Innovationszentrums für berufliche Fortbildung und Beratung in der Provinz Fujian«. Im Umweltcampus Birkenfeld gibt es

Aus- und Fortbildungsprogramme für Fachkräfte aus Fujian.

Am 19. September 2002 wurde eine spezielle »Erklärung über eine Zusammenarbeit im Umweltschutz zwischen der Provinz Fujian, Volksrepublik China, und dem Land Rheinland-Pfalz« unterzeichnet. Das Umweltministerium vereinbarte daraufhin mit den chinesischen Partnern die Erstellung von Masterplänen, die Modelle für vorbildliche ökologische Entwicklung z.B. von Industriezonen bei Fuzhou (wo der Konzern Daimler eine Niederlassung zur Transporterproduktion baut) entwickeln sollen. Die Umsetzung dieser Pläne erfolgt(e) am Umweltcampus Birkenfeld in Kooperation mit mittelständischen Firmen mit Unterstützung von BASF, Daimler und Siemens. (www.mufv.rlp.de/?id=909)

Seit 2006 existiert die erste Schulpartnerschaft zwischen der Carl-Zuckmayer-Realschule in Nierstein und der Tong'an Mittelschule in Xiamen/Fujian. Neben dieser Schulpartnerschaft gab es in den letzten Jahren Stipendien für Künstler sowie Reisen von Chören und Orchestern im Rahmen der Partnerschaft.

Im Rahmen der Landespartnerschaft sind zwei Städtepartnerschaften entstanden: 1995 schloss Neustadt an der Weinstraße eine Städtepartnerschaft mit Quanzhou in Fujian, seit 2006 gibt es Kontakte zwischen Trier und Xiamen, die im April 2010 in die Unterzeichnung einer Partnerschaftserklärung münden sollten. Der Besuch der Delegation aus Xiamen musste allerdings wegen des durch den Ascheregen gesperrten Luftraums über Europa auf unbestimmte Zeit verschoben werden.

Das Bündnis »Keine Partnerschaft ohne Sozialstandards«

Die Partnerschaft zwischen Rheinland-Pfalz und Fujian hat einen klaren Schwerpunkt im Bereich der Wirtschaft. Wissenschaftliche Kontakte, Fortbildungskooperationen und Umweltprojekte sind zu großen Teilen Schwerpunkte innerhalb der wirtschaftlichen Zusammenarbeit.



Im Bereich der Zivilgesellschaft scheint die Partnerschaft nicht verankert und nicht bekannt zu sein. Offenbar ist dies aber auch nicht das Ziel der Partnerschaft. Dies fällt umso mehr auf, als Rheinland-Pfalz seit vielen Jahren eine Partnerschaft zu Ruanda pflegt und diese als »Graswurzel-Partnerschaft« versteht, die in Gemeinden, Schulen und Verbänden in Rheinland-Pfalz einen außerordentlich hohen Bekanntheits- und Unterstützungsgrad hat. Da die Partnerschaft zu Fujian neben der Ruandapartnerschaft die einzige Partnerschaft des Landes Rheinland-Pfalz zu einem Entwicklungs- bzw. Schwellenland ist, ist dieser ganz anders geartete Charakter der Fujian-Partnerschaft sehr auffällig. Fragen von sozialer Realität in Fujian, Armutproblematik, Arbeitsbedingungen, Situation der WanderarbeiterInnen etc. scheinen überhaupt keine Rolle zu spielen.

Angesichts dieses blinden Flecks in der Partnerschaft hat sich 2007 ein Bündnis in Rheinland-Pfalz gebildet, das unter dem Motto »Keine Partnerschaft ohne Sozialstandards!« auf diesen blinden Fleck aufmerksam machen will. (www.ak-rlp-fujian.de). Die Beteiligung zahlreicher kirchlicher Gruppen und des DGB Rheinland-Pfalz an diesem Bündnis zeigt, dass es einen Bedarf für einen Austausch über soziale Realitäten mit den PartnerInnen in Fujian gibt.

Das Bündnis hat deshalb als ständiges Informationsforum eine Internetseite eingerichtet, auf der es Informationen zu seinen Aktivitäten, zur Partnerschaft und zu Entwicklungen in Fujian sammelt. Themen wie Sozialstandards, Löhne, Situation von WanderarbeiterInnen, Kinderarbeit



etc. werden dort angesprochen. Seine Öffentlichkeitsarbeit begann das Bündnis mit einer Pressekonferenz im Frühjahr 2008, bei der es im Vorfeld der Fußball-Europa-Meisterschaft auf Missstände bei einem Adidas-Zulieferer in Fujian aufmerksam machte. Das Bündnis lud die Hongkonger Arbeitsrechtsaktivistin May Wong zu einem zweektägigen Aufenthalt mit Veranstaltungen und Gesprächen nach Koblenz ein. Es beteiligte sich in den letzten zwei Jahren am Dialogprogramm des Forums Arbeitswelten mit der Organisation von Betriebsgesprächen und der Teilnahme an Seminaren. Und nicht zuletzt suchte es mehrmals das Gespräch mit der Landespolitik, die bisher zwar grundsätzlich offen, aber unverbindlich und nicht initiativ auf die vom Bündnis bemängelten »Lücken« in der Partnerschaft reagierte.

Fallbeispiel »Partnerschaft Frankfurt/Main – Guangzhou«

Im Rahmen der Städtepartnerschaft zwischen Frankfurt/Main und Guangzhou besuchte im November 2009 eine Gruppe von Gewerkschaftern des DGB Frankfurt Rhein-Main und von Wissenschaftlern des Instituts für Sozialforschung der Universität Frankfurt die Provinz Guangdong, um sich einen Einblick in die Arbeitsverhältnisse in der Automobilproduktion, der Elektroindustrie, des medizinischen Apparatebaus und der Bauindustrie zu verschaffen. Die Reisegruppe stellte ihre Erfahrungen und Eindrücke auf einer Veranstaltung am 09. März 2010 in Frankfurt/M. der Öffentlichkeit vor, an der auch ein Vertreter der WirtschaftsförderungsgmbH der Stadt Frankfurt/Main teilnahm.

Während in den technologisch relativ weit entwickelten Betrieben der drei erstgenannten Branchen (davon ein Betrieb eines deutschen Konzerns) die Arbeitsbedingungen auch bei WanderarbeiterInnen vergleichsweise gut bis sehr gut waren, wurde die Lage der Wanderarbeiter in der Baubranche als besonders prekär geschildert. Da die Bauindustrie – ähnlich wie in vielen Regionen der Welt – auch in Guangdong mit einer Vielzahl von Subunternehmen arbeitet, finden sich dort ebenso die typischen Begleiterscheinungen dieser Produktionsform: ein fehlender Schutz durch

arbeitsvertragliche Absicherung und z.T. monatelang zurückgehaltene Löhne.

Im Jahr 2007 startete der staatliche Gewerkschaftsverband der Stadt Guangzhou eine Aktion zur Gründung gewerkschaftlicher Vertretungen für ca. 60.000 Wanderarbeiter in der Bauindustrie, die innerhalb von zwei Jahren zahlreiche Maßnahmen zu Arbeitssicherheit, beruflicher Ausbildung sowie Schieds- und Schlichtungsverfahren umsetzen. Hier wurden innovative Wege insofern beschritten, als die Rechte von Beschäftigten über das bisher geltende individuelle Arbeitsvertragsrecht hinaus kollektiv durchgesetzt werden konnten. Seine Reformbestrebungen stellte der Gewerkschaftsverband auf einem internationalen Symposium über die jüngsten Entwicklungen des Arbeitsvertragsrechts und der Arbeitsbeziehungen in China vor, das im November 2009 in Guangzhou stattfand und an dem die Reisegruppe neben weiteren VertreterInnen aus Westeuropa und den USA teilnahmen. Eine Dokumentation über das Symposium soll vom Institut für Sozialforschung im Laufe des Jahres 2010 veröffentlicht werden.

Eine längerfristige Behandlung so sensibler Fragen wie Arbeitsbeziehungen im Rahmen kommunaler Partnerschaften setzt – so der Vertreter der Frankfurter Wirtschaftsförderungsgesellschaft während der Tagung am 09. März 2010 in Frankfurt/M. – u.a. voraus, dass auch die im Frankfurter Raum ansässigen chinesischen Unternehmen in diese Debatte eingebunden werden.

Staatssekretär Dr. Siegfried Englert am 27.02.2010 in Mainz, Foto: Ulrich Suppau



3. Untersuchungsberichte aus China, Unternehmensstellungennahmen und Kommentare

3.1 Zusammenfassung

Von September 2009 bis Januar 2010 wurden die Arbeitsbedingungen bei zwei Adidas-Zulieferern in der Provinz Fujian, vier Zulieferbetrieben von Aldi in der Provinz Guangdong sowie zwei Cash & Carry Einkaufsmärkten der Metro in den Städten Chongqing und Guangzhou in China untersucht. Hierfür wurden jeweils mindestens zehn Beschäftigte interviewt. Der vorliegende Bericht enthält deshalb Fallbeispiele und nicht die Ergebnisse einer repräsentativen Untersuchung.

Die Untersuchung ist Teil eines Projektes über Partnerschaftsabkommen zwischen Deutschland und China, das vom SÜDWIND Institut für Ökonomie und Ökumene in Kooperation mit dem Ökumenischen Netz Rhein Mosel Saar durchgeführt wird. Die untersuchten Betriebe befinden sich in chinesischen Provinzen und Städten, die eine Partnerschaft mit deutschen Bundesländern und Städten unterhalten, in denen sich die Zentren von Adidas, Aldi und Metro befinden.

Von den untersuchten Fabriken liefern zwei Sportschuhe an Adidas, und vier liefern Haushaltsgeräte und Textilien an den größten deutschen Discounter Aldi. Die zwei Cash & Carry Einkaufsmärkte sind Teil des Großhandelsnetzes der Metro in China.

Bezugnehmend auf die maßgeblichen chinesischen Arbeitsgesetze und Übereinkommen der Internationalen Arbeitsorganisation (IAO) wurden die Beschäftigten der untersuchten Betriebe zu folgenden Arbeitsbedingungen befragt: bestehende Beschäftigungsverhältnisse, Arbeitszeit, Löhne, Diskriminierung, Kinderarbeit und Arbeit Minderjähriger, betrieblicher Arbeits- und Gesundheitsschutz, Gewerkschaftsrechte. In den Befragungen ging es auch um die Erfahrungen der Beschäftigten mit Audits durch ausländische Abnehmer/Einkäufer im Rahmen der Programme zur sozialen Verantwortung von Unternehmen. Abschließend artikulierten die Beschäftigten ihre zentralen Beschwerden in Hinblick auf ihre Arbeitsbedingungen.

Die wesentlichen Ergebnisse der Untersuchung

Außerordentlich viele Überstunden sind weit verbreitet in den meisten Betrieben und bewegen sich in der Größenordnung von 92 Stunden bis zu 130 Stunden monatlich; bei den Aldi-Zulieferern gibt es entweder gar keine oder nicht die gesetzlich vorgeschriebene Bezahlung der Überstunden; die Löhne entsprechen zwar dem gesetzlichen Mindestlohn oder liegen darüber, erfüllen aber nicht den internationalen Standard der »Asia Floor Wage«-Kampagne (s. link in Kapitel 8), der als Existenzminimum mehr als das Doppelte vorsieht; die weiblichen Beschäftigten der Aldi-Zulieferer und einige der externen MitarbeiterInnen der zwei Metro Cash & Carry Märkte werden diskriminiert, da sie keinen Anspruch auf bezahlten Mutterschaftsurlaub haben; bei den Adidas- und Aldi-Zulieferern kommt es zu Kinderarbeit, wenn die Beschäftigten falsche Ausweispapiere benutzen, und minderjährige Beschäftigte sind in diesen Fabriken nicht ausreichend geschützt; zugewanderte Beschäftigte aller vier Aldi-Zulieferer sind nicht sozialversichert.

Gewerkschaftsrechte in China

Ein besonderes Problem ergibt sich in den untersuchten Betrieben im Zusammenhang mit dem in den Kernarbeitsnormen der IAO verankerten Recht der ArbeitnehmerInnen auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen.

China hat die IAO-Übereinkommen Nr. 87 und Nr. 98 zur Vereinigungsfreiheit und zum Recht auf Tarifverhandlungen nicht ratifiziert. China ist bekannt für seine »gelben Gewerkschaften«, d.h. bürokratische Gebilde, die dem regierungsnahen Gesamtchinesischen Gewerkschaftsbund (ACGB) angeschlossen sind und auf betrieblicher Ebene oft der Unternehmensleitung oder Kadern der Kommunistischen Partei unterstehen (s. China-Untersuchungsbericht in:

Wick 2009a: 39). Das Gesetz macht die Gründung einer Gewerkschaft in China eigentlich sehr einfach. Man braucht nur 25 Beschäftigte, die einen entsprechenden Antrag bei der örtlichen ACGB-Vertretung einbringen oder, was noch häufiger passiert, die örtlichen Funktionäre des ACGB einigen sich freundschaftlich mit der Unternehmensleitung. Für den ACGB entstehen starke Anreize zur Gründung von Gewerkschaften dadurch, dass Unternehmen laut Gesetz einen Betrag an die Betriebsgewerkschaft abführen müssen, der zwei Prozent ihrer Lohnsumme entspricht und von dem ein erheblicher Teil an die höheren Ebenen der Gewerkschaft durchgereicht wird. Das Gewerkschaftsgesetz sieht eine umfangreiche gewerkschaftliche Beteiligung an der Leitung der Unternehmen vor. Gewerkschaften spielen häufig eine aktive Rolle in staatseigenen Unternehmen, wo von der Regierung angestellte Manager, Parteikader und Gewerkschaftsfunktionäre mehr oder weniger eng zusammenarbeiten (*ebd.*). In der Privatwirtschaft hat sich dieses Gewerkschaftsmodell jedoch nicht durchgesetzt. Seit Jahren steht die Gründung von Gewerkschaften in ausländischen Unternehmen ganz oben auf der Prioritätenliste der nationalen und regionalen Regierungen.

Es verwundert nicht, dass keiner der untersuchten Betriebe funktionierende Mechanismen zur Regelung der Arbeitsbeziehungen oder Organe zur Vertretung von Arbeitnehmerinteressen hat. Vier Betriebe – A, B, C und D – haben vom ACGB bevollmächtigte Betriebsgruppen, von denen die befragten Beschäftigten aber praktisch nichts wussten. In den Betrieben C und D gibt es keine gewerkschaftliche Betriebsgruppe für das externe Personal. Bei den vier Zulieferbetrieben von Aldi wussten die Befragten nicht, ob es eine Gewerkschaftsvertretung gibt. Fehlende echte Gewerkschaften machen es vielfach unmöglich, Rechtsansprüche der ArbeitnehmerInnen durchzusetzen oder die bei Überstunden notwendige Zustimmung einer Gewerkschaft einzuholen. So sind die in den meisten Betrieben vorhandenen Vorschlagskästen für Beschwerden der Beschäftigten als eher symbolische Geste in diese Richtung zu betrachten.

Das Drängen der Regierung auf Gründung weiterer Gewerkschaften im Privatsektor ist zum Teil auf die Häufigkeit von Arbeitskonflikten zurückzuführen. Beschäftigte von Fabrik B und auch E konnten sich durchaus an Streikaktionen

in ihrem Betrieb in den letzten Jahren erinnern, die unabhängig von den sogenannten Betriebsgewerkschaften organisiert wurden. In Fabrik B ging es dabei um Löhne, in Fabrik E sowohl um Löhne als auch Arbeitszeiten – und damit wird die weitverbreitete Meinung widerlegt, dass chinesische ArbeiterInnen immer zu Überstunden bereit seien. In beiden Fällen scheiterte der Streik nach kurzer Zeit, weil es der Unternehmensleitung gelang, die Beschäftigten zu spalten.

Soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR)

In Bezug auf Sozialaudits während der CSR-Inspektionen multinationaler Abnehmer gaben die befragten Beschäftigten der Aldi- und Adidas-Zulieferer an, dass eine Prämie für gute Antworten und eine Geldstrafe für schlechte Antworten vonseiten der ArbeitnehmerInnen übliche Praxis sei. Weitverbreitet unter den meisten Aldi-Zulieferern war nach Berichten der Beschäftigten auch die Aushängung von falschen Angaben über Löhne und Arbeitszeiten vor den Betriebsbesichtigungen der Kunden.

Zentrale Beschwerden der Beschäftigten

In den Zulieferfabriken von Adidas beschwerten sich die ArbeitnehmerInnen über zu große Macht der VorarbeiterInnen, wenn es um Geldstrafen und Beförderung wie auch Überstunden der schwangeren Beschäftigten gehe. Beschäftigte der Aldi-Zulieferer kritisierten vor allem die Überstunden sowie unzureichende Entlohnung für Überstunden, Schwierigkeiten bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses und die Diskriminierung zugewanderter ArbeitnehmerInnen. In den zwei Cash & Carry Märkten der Metro beschwerten sich die externen Arbeitskräfte vor allem über Lohnrückstände und fehlende soziale Sicherheit im Allgemeinen.

3.2 Adidas-Zulieferer in Fujian

Überblick

Adidas ist der zweitgrößte Hersteller von Sportartikeln weltweit mit einem Gesamtanteil von fast einem Viertel (22%) des Weltmarktes bei Sportschuhen und Sportbekleidung.

Der Bericht bezieht sich auf zwei chinesische Zulieferer von Adidas:

- ◆ Framas: Fabrik A
- ◆ Ching Luh (CLU)
Schuhwaren: Fabrik B

Fabrik A beliefert Adidas schon seit langem und ist auf die Herstellung von Schuhteilen wie Sohlen und Schäfte und auch auf Schuhzubehör aus Kunststoff spezialisiert. Sie wurde in Lianjiang mit Geldern des Tochterunternehmens eines deutschen multinationalen Konzerns aus Hongkong gegründet. Zwar ist die Fluktuation unter der Belegschaft von Fabrik A nicht hoch, doch ein Auftragsrückgang führte 2008 zur Entlassung zahlreicher ArbeitnehmerInnen. Am 31. Dezember 2008 sprach man auf der Homepage von FRAMAS von 560 Beschäftigten, aber nach unseren Recherchen wurden davon einige in den Folgemonaten



(Quelle: Wikipedia, eigene Bearbeitung)

entlassen. In der ersten Hälfte von 2009 wurden aber neue ArbeitnehmerInnen eingestellt, was das Durchschnittsalter der gegenwärtigen Belegschaft senkte und zu deren relativer Unerfahrenheit beitrug. Anfang 2010 hatte Fabrik A rund 500 Beschäftigte.

Fabrik B liegt im Aojiang Investitionspark von Lianjiang und ist ausschließlich mit taiwanesischem Kapital finanziert; sie ist auf die Herstellung von Sportschuhen für Adidas spezialisiert.

Tabelle 1:
Lage der Produktionsbetriebe insgesamt

© 2010 SÜDWIND

	Fabrik A	Fabrik B
Standort	Lianjiang, Fuzhou	Lianjiang, Fuzhou
Kapitalherkunft	Deutschland, Hongkong	Taiwan
Produkt	Schuhe, Kunststoff-Zubehör	Schuhe
Anzahl der Beschäftigten	500	18.000
Anteil der ArbeitnehmerInnen	50%	66%
Durchschnittsalter der Beschäftigten	18–23	18–50
Durchschnittl. Schulabschluss	Realschule	Hauptschule
Fluktuation unter der Belegschaft	nicht hoch	hoch

Tabelle 2: Umfeld der Personalbeschaffung		© 2010 SÜDWIND	
	Fabrik A	Fabrik B	
Ausweispapiere der Beschäftigten zurückgehalten?	Nein	Nein	
Kautions erforderlich?	Nein	Nein	
Probezeit gefordert?	Ja	Ja	
Dauer der Probezeit	1 Monat	3–6 Monate	
Gesundheitsprüfung bei Einstellung?	Nein	Ja	
Erschwerte Kündigung, auch wenn angenommen?	hängt von der Auftragslage ab	abhängig von AbteilungsleiterIn	
Angebot von Verpflegung?	Ja	Ja	
Monatliche Verpflegungskosten	kostenlos	0,5 RMB pro Essen	
Angebot von Unterkünften?	Ja	Ja	
Privaträume für Ehepaare?	Nein	Nein	
Monatliche Kosten für Unterkunft?	Ja. Wassergebühr von 25 RMB pro Kopf pro Monat	Ja. 40 RMB pro Kopf pro Monat	
Elektronische Einlasskontrolle in den Unterkünften?	Ja	Ja	
1 RMB = 0,11 € (s. Kapitel 8.3)			

Mit einer Belegschaft von 18.000 Beschäftigten ist Fabrik B ein bekannter und wichtiger Betrieb an dem Ort. Vor Beginn der globalen Finanzkrise erreichte die Belegschaft den Höchststand von 23.000, d.h. man hat die Anzahl der Stellen (netto) um 5000 zurückgefahren und seither auf dem Stand gehalten. Fabrik B beschäftigt hauptsächlich Frauen. Ob die Rechte und Ansprüche der weiblichen Beschäftigten ausreichend geschützt sind, stellt deshalb einen wichtigen Bezugspunkt für unsere Bewertung dar. Im Laufe unserer Untersuchung erfuhren wir, dass die Fluktuation von Fabrik B sehr hoch war und dass viele ArbeitnehmerInnen ein zweites Mal eingestellt wurden, nachdem sie den Betrieb schon einmal verlassen hatten; zu den Gründen dafür kommen wir im Einzelnen später.

Personalbeschaffung, Arbeitsverträge, Kündigung, Verpflegung und Unterkunft

Beide Fabriken schlossen Arbeitsverträge mit ihren Beschäftigten ab. Fabrik A unterschreibt

den Vertrag am Ende der Probezeit, wenn diese erfolgreich absolviert wurde, und erneuert ihn alle zwei Jahre; den Beschäftigten wird eine Fotokopie des Vertrages ausgehändigt. Fabrik B erneuert die Verträge mit den Beschäftigten alle drei Jahre, und auch hier erhalten die Beschäftigten eine Fotokopie des Vertrages. Beide Fabriken befolgen jedoch nicht das Arbeitsvertragsgesetz von 2008 bezüglich unbefristeter Beschäftigungsverhältnisse, was vorschreibt, dass ArbeitnehmerInnen unbefristet beschäftigt werden müssen, sobald sie zwei aufeinander folgende befristete Arbeitsverträge hatten. Generell kümmerten sich die Beschäftigten vor Unterzeichnung des Vertrages nicht genau um dessen Einzelheiten. Einige erteilten sogar einem/r VertreterIn eine Unterschriftsvollmacht. Viele verstanden nicht, was sie mit einer Fotokopie des Vertrages sollten. In ihren Augen bietet das Arbeitsvertragsgesetz von 2008 weder mehr Schutz noch hat es ihre Arbeitsbedingungen verbessert.

Weder Fabrik A noch B verlangten von den Beschäftigten eine Kautions bei der Einstellung. Sie behielten auch nicht die Ausweispapiere ein,

sondern begnügten sich mit einer Fotokopie des Ausweises. Fabrik B verlangt jedoch sowohl ein Gesundheitsattest wie auch eine vorübergehende Aufenthaltserlaubnis. Die Beschäftigten verrieten, dass Fabrik B früher eine Einstellungsgebühr von 30 RMB verlangt habe, aber seit 2007 darauf verzichte. Weder in Fabrik A noch B zahlen die Beschäftigten heutzutage eine Gebühr. Beide Betriebe würden neue ArbeitnehmerInnen hauptsächlich über persönliche Beziehungen der schon bestehenden Belegschaft rekrutieren und nur sehr selten von Vermittlungsagenturen Gebrauch machen.

Bei größerem Personalbedarf führe Fabrik B Anwerbekampagnen im Landesinneren durch. Es werden auch viele Mitglieder der ethnischen Minderheit der Hui beschäftigt, weil das dem Fabrikchef Anspruch auf besondere staatliche Vergünstigungen verschafft. Fabrik B verteile sogar eine Bettdecke an jeden der 1000 Beschäftigten der Hui und habe ihnen beim Bau einer Moschee geholfen. Man habe auch einmal eine Belohnung von 200 RMB für jede/n angeworbene/n, bis dahin noch nie in der Fabrik beschäftigte/n ArbeitnehmerIn versprochen. Einige Beschäftigte beschwerten sich, dass es letzten Endes nur 100 RMB dafür gegeben habe. Die Belegschaft von Fabrik B muss für ihre Arbeitsuniformen zahlen, und zwar im allgemeinen einen Betrag zwischen 15 und 20 RMB pro Stück, und sie von Lieferanten mit guten Beziehungen zur obersten Geschäftsleitung beziehen. Zwar ist das Tragen der Uniform bei der Arbeit für die Belegschaft der Fabrik B nicht zwingend vorgeschrieben, aber die im Betrieb verwendeten Farben verschmutzen leicht die Bekleidung, sodass viele Beschäftigte lieber die Uniform tragen.

Fabrik A lässt bei der Einstellung keine Gesundheitsuntersuchung durchführen und fordert auch danach keine jährlichen Untersuchungen. Nach Aussage der Beschäftigten ist noch nie ein/e ArbeitnehmerIn wegen eines schlechten Gesundheitszustandes entlassen oder diskriminiert worden. Fabrik B setzt jedoch bei der Einstellung eine Gesundheitsprüfung voraus, die die Beschäftigten selbst finanzieren, da bei Einlass am Fabriktor ein Gesundheitsattest vorgelegt werden muss. Danach verlangt Fabrik B jährliche Untersuchungen von den Beschäftigten. Werde dabei jemand mit Hepatitis B diagnostiziert, würden sie manchmal entlassen aus Angst, dass sie KollegInnen anstecken könnten.

Beide Fabriken würden eine Probezeit voraussetzen, die in Fabrik A meistens einen Monat betrage, während in Fabrik B die Beschäftigten drei Monate lang getestet würden. Für Personal in der Nähabteilung von Fabrik B sei 2009 eine Probezeit von sechs Monaten vorgeschrieben gewesen. Die Löhne für NäherInnen in der Probezeit unterschieden sich in beiden Betrieben unwesentlich von den regulären Löhnen, da die meisten Neueinstellungen Erfahrung mitbrächten und Akkord arbeiteten.

Ob die Kündigung eines/r Beschäftigten in Fabrik A angenommen wird, hängt erheblich von der Personalstärke der betreffenden Abteilung und der aktuellen Auftragslage ab. Bei engen Lieferterminen nehme die Geschäftsleitung generell – außer in wirklichen persönlichen Notfällen oder in Abteilungen mit ausreichend Ersatzkräften – keine Kündigung eines/r Beschäftigten an. Ob eine Kündigung in Fabrik B angenommen werde oder nicht, sei hauptsächlich von den direkten Vorgesetzten oder TeamleiterInnen abhängig. Wenn diese ein gutes Wort einlegten, sei die Reaktion des oberen Managements eher wohlwollend. Ansonsten und insbesondere wenn der Betreffende nicht gut mit ihnen stehe, seien sie eher geneigt, bei Einreichung der Kündigung Schwierigkeiten zu machen. In einer solchen Lage könne man wohl nur »aus eigenen Stücken gehen«, was den Abzug des Lohns von 10 Tagen bedeute. Es wurde schon oben erwähnt, dass die Beschäftigten von Fabrik B sehr häufig aus eigenen Stücken gekündigt hatten oder gegangen waren. Das lag nach unseren Beobachtungen an der miserablen Bezahlung und der ungerechten Behandlung der Beschäftigten dort. Am schlimmsten war es anscheinend in der Nähabteilung, aber eine Versetzung in andere Abteilungen mit vielleicht besseren Bedingungen war nicht einfach. Dies veranlasse viele ArbeitnehmerInnen in Fabrik B, den Betrieb zu verlassen, nur um sich hinterher um Wiedereinstellung in einem anderen Teil der Fabrik zu bemühen und so bessere Arbeitsbedingungen zu erreichen. Wiedereinstellung nach Kündigung dauert nach Aussage der Beschäftigten von Fabrik B generell sowieso nur einen Monat und ist deshalb schon von vielen Beschäftigten als Ausweg genutzt worden.

In Fabrik A ist die zur Verfügung gestellte Verpflegung kostenlos. Im Gegensatz dazu berechnet Fabrik B 0,5 RMB pro Essen, wobei man

von einem Essenszuschuss von 2,5 RMB spricht. Fabrik B ziehe die Verpflegungspauschale automatisch ab, unabhängig davon, ob die Beschäftigten überhaupt gegessen hätten. Die Beschäftigten äußerten sich auch überhaupt nicht begeistert über die von einem Pächter geführte Kantine. In ihren Augen war das Qualitätsniveau abschreckend, das Essen kaum runterzukriegen und oft mit Würmern verseucht. Auch die ausgegebenen Mengen seien oft unzureichend. Da es aber in Fabrik B nicht erlaubt sei, Lebensmittel auf das Betriebsgelände mitzubringen, könnten sie das Essen auch nicht mit Mitgebrachtem strecken. Auch auswärts zu essen sei nicht möglich, da das Verlassen des Fabrikgeländes in der Mittagspause generell untersagt sei, es sei denn, man habe im Voraus die schriftliche Erlaubnis der Vorgesetzten eingeholt. So müssten viele von ihnen letzten Endes mit knurrendem Magen weitermachen – hungrig und in Erwartung eines guten Abendessens am Ende des Arbeitstages.

Ungefähr die Hälfte der Beschäftigten der Fabrik A leben in den vom Betrieb gestellten Unterkünften, während die anderen lieber zur Miete außerhalb wohnen und dafür monatlich ca. 100 RMB pro Kopf ausgeben. Bei Fabrik B kostet die Unterkunft monatlich 40 RMB pro Kopf, aber Besucher sind nicht zugelassen. Solche Einschränkungen und das Kochverbot in den Unterkünften haben viele ArbeitnehmerInnen abgeschreckt, und nur um die 10% von ihnen nutzen die gestellten Unterkünfte. Die große Mehrheit zieht es vor, 100 RMB für Unterkunft anderswo lockerzumachen.

Löhne und Arbeitszeiten

Zwar liegt der monatliche Durchschnittslohn von Fabrik B über dem von Fabrik A, aber die Lohnzahlungs- und -berechnungssysteme von A sind besser.

In Fabrik A werden die Löhne zeitabhängig, aufbauend auf einem Grundlohn von 660 RMB monatlich pro ArbeitnehmerIn, berechnet – über dem von der Provinzregierung von Fujian für den Bezirk Lianjiang vorgeschriebenen Mindestlohn von 570 RMB bzw. 1200 RMB für LagerarbeiterInnen. Zuzüglich Überstunden kommt man durchschnittlich auf ungefähr 1200 RMB monatlich. Fabrik A händigt normalerweise einen Lohnzettel an die Beschäftigten

bei Zahlung des Lohnes aus, ohne dass bisher über Lohnrückstände oder Zurückhaltung der Lohnzettel berichtet wurde. Der Lohnzettel listet Einzelposten auf wie Grundlohn, Überstundenzuschläge (für einen normalen Arbeitstag, an Wochenenden, bzw. öffentlichen Feiertagen), Sozialkosten, Abzüge für Gewerkschaftsbeiträge und Versicherungsprämien; nach Aussage der Beschäftigten ist er ausführlich und leicht verständlich. Lohnerhöhungen ergeben sich im allgemeinen im Zusammenhang mit dem von der Provinzregierung von Fujian vorgegebenen Mindestlohn, d.h. wenn der Mindestlohn angehoben wird, erhöht sich auch der Lohn.

Fabrik B errechnet den Lohn mit einer ziemlich komplizierten Methode. Zwar ist der Lohn nominell zeitabhängig, aber es gibt Abzüge, sobald die vorgegebenen Produktionsquoten nicht erreicht werden. Einige Beschäftigte würden zwar nach Akkord bezahlt, aber nach Aussage der ArbeitnehmerInnen könnte auch bei einer beachtlichen Arbeitsleistung unterm Strich nur ein kläglicher Lohn herauskommen. Außerdem verändere sich die Grundlage der Lohnberechnung ständig, und auch der Blick auf den Lohnzettel mache nicht immer deutlich, wie sich der Gesamtlohn zusammensetze. Bisher habe der Gesamtlohn aus den Leistungsprämien, Überstundenzuschlägen, Grundlohn und Prämie für 100%ige Anwesenheit (sowie einem Zuschlag für langjährige MitarbeiterInnen, der nach einem Jahr Betriebszugehörigkeit beansprucht werden könne) bestanden. Aber dies sei geändert worden, sodass selbst bei vielen Überstunden die Leistungsprämien nicht unbedingt nachvollziehbar seien. Der monatliche Durchschnittslohn eines/r Beschäftigten in der Fabrik B liege bei ungefähr 1500 und dem Anschein nach sei damit der Grundlohn erhöht worden. Tatsächlich aber verwende die Geschäftsleitung alle möglichen Tricks, um Abzüge zu rechtfertigen, Leistungsprämien nicht vollständig zu zahlen oder die insgesamt geleisteten Überstunden nicht voll zu entgelten. Infolgedessen würden die Beschäftigten unterm Strich mit realen Lohn einbußen dastehen.

Zahltag ist zufällig in beiden Fabriken der 10. jeden Monats. In Fabrik A würden die Löhne pünktlich gezahlt, während es in Fabrik B nur zu geringen Verzögerungen von ein, zwei Tagen an Feiertagen gekommen sei, aber ansonsten ohne größere Probleme. Gar nicht gut stand

Tabelle 3: Löhne und Arbeitszeiten		© 2010 SÜDWIND
	Fabrik A	Fabrik B
Wann ist Zahltag?	am 10. jeden Monats	am 10. jeden Monats
Gab es Lohnrückstände?	Nein	1 bis 2 Tage Verzögerung an Feiertagen, aber nicht lange
Grundlage der Lohnberechnung	auf Stundenbasis (3,74/Std.)	auf Stundenbasis plus Akkord (3,74/Std.)
Grundlohn	660 RMB pro Monat	650 RMB pro Monat
durchschnittl. Monatslohn (inkl. Überstunden)	annähernd 1200 RMB	annähernd 1500 RMB
Überstundenbezahlung nach Vorschrift?	Ja	Ja
Wurden Lohnzettel ausgeteilt?	Ja, mit der Lohnzahlung	Ja, aber häufig mit großer Verzögerung
Verstehen die Beschäftigten den Lohnzettel (und seine Bestandteile)?	Ja	Nein
Gibt es Sanktionen?	Ja	Ja
Dauer der normalen Arbeitswoche	5 Tage	5 Tage
Arbeitsstunden pro Tag	12 (davon 3 Überstunden)	12 (davon 3 Überstunden)
freie Tage pro Monat	4 Tage (jeden Sonntag), Samstag ist Arbeitstag mit Überstundenbezahlung.	4 Tage (jeden Sonntag), Samstag ist Arbeitstag mit Überstundenbezahlung.
Überstundenzuschlag an normalen Arbeitstagen	das 1,5-fache des normalen Tarifs	5,61 RMB pro Stunde
Überstundenzuschlag an Wochenenden	das 2-fache des normalen Tarifs	7,48 RMB pro Stunde
andere Leistungen	Zuschüsse an traditionellen Feiertagen	Jahresendprämie, Mondkuchen-Zuschuss zum chines. Mondfest, Prämie für besondere Leistungen
1 RMB = 0,11 € (s. Kapitel 8.3)		

die Fabrik B da, wenn es um die Aushändigung der Lohnzettel ging angesichts häufiger Verzögerungen in einigen Abteilungen. Berücksichtigt seien diesbezüglich insbesondere die Endmontage und Nähabteilung, wo die VorarbeiterInnen die Lohnzettel häufig erst mit großer Verspätung aushändigten. Es wird angenommen, dass dies aus taktischen Gründen gemacht wird, um darüber hinwegzutäuschen, dass man vielen Beschäftigten nicht ihre volle Arbeitsleistung bezahlt. Besorgt, dass es bei der sofortigen Aus-

händigung der Lohnzettel zu Verstimmungen kommen könne, warteten die VorarbeiterInnen lieber ab, um sich eher vor der Verantwortung drücken zu können. Gleichzeitig ist aber festzustellen, dass die Abteilung für Handarbeit und die sohlenproduzierende Abteilung die Lohnzettel pünktlich austeilen, üblicherweise am Zahltag.

Es scheint für Fabrik A kein Problem zu sein, Produktionsaufträge an Land zu ziehen; sie war in der Lage, das ganze Jahr über ein Zweischicht-

system zu fahren, ohne dass sich ein Unterschied zwischen auftragsstarken und -schwachen Zeiten im Betrieb bemerkbar gemacht hatte. Aber wie auch immer die Auftragslage gewesen sei, der Lohn sei ziemlich gleich geblieben. Fabrik A habe auch niemanden in schwachen Zeiten entlassen, da die Personalbeschaffung in letzter Zeit nicht immer einfach gewesen sei. Normalerweise sind die Monate März, April und September auftragsschwache Zeiten für Fabrik B, aber 2009 habe sich diese Zeitspanne verlängert und zu Lohn einbußen von bis zu 500–600 RMB in schwachen Monaten gegenüber der Hochsaison geführt.

Beide Betriebe haben Geldstrafen eingeführt. Das Rauchen im Internet-Café oder in den Unterkünften von Fabrik A werde z.B. mit 50 RMB bestraft. Die gleiche Geldstrafe werde fällig, wenn man während der Arbeitszeit in die Unterkunft zurückkehre. Bei Verletzung der Betriebsordnung mit erheblichen Verlusten für den Chef der Fabrik würde der/die Beschäftigte rausfliegen. In Fabrik B haben die TeamleiterInnen das Sagen, wenn es darum geht, ob ein/e Beschäftigte/r bestraft wird oder nicht. Wenn sie ArbeitnehmerInnen beispielsweise für Überstunden eingeteilt hätten und diese nicht auftauchten, brummt sie ihnen eine nicht unerhebliche Geldstrafe auf. Als erstes würde die Prämie für 100%ige Anwesenheit von 30 RMB gestrichen und danach auch Kürzungen der Leistungsprämie vorgenommen. Wenn ein/e TeamleiterIn einem/r Beschäftigten das Leben schwer machen wolle, könne einmaliges Nichterscheinen zur nächtlichen Überstundenschicht dem/r Betreffenden mehr als 100 RMB an Abzügen einbringen. Bei einmaliger Verweigerung von geplanten Überstunden erhalte der/die Beschäftigte »besondere Minuspunkte«. Drei Minuspunkte würden dem/r Betreffenden eine offizielle Verwarnung einbringen und damit deren Anspruch auf die Jahresendprämie gefährden. Wollte man wirklich keine Überstundenschicht arbeiten, müsse dies dem/r TeamleiterIn bis 10 Uhr morgens gemeldet worden sein. Dann gebe es auch keine besonderen Minuspunkte und die Lohnabzüge wären geringer als sonst.

Die Beschäftigten von Fabrik A haben eine Fünftage-Woche, d.h. vier Sonntage pro Monat sind arbeitsfrei. Samstags wird immer zum gesetzlich vorgeschriebenen Überstundentarif gearbeitet. Selbst bei Hochbetrieb sind den Be-

schäftigten zwei freie Tage im Monat garantiert. Die Fabrik arbeitet zwei Schichten á 12 Stunden täglich (von 8 Uhr bis 20 Uhr eine Schicht und 20 Uhr bis 8 Uhr für die Nachtschicht). Die befragten ArbeitnehmerInnen fanden die Schichten zu lang und würden viel lieber eine Schicht von 10 Stunden arbeiten. Der normale Arbeitstag umfasst zwar neun Stunden, aber 3 Überstunden werden generell als nicht verhandelbar betrachtet. Die Prämie für 100%ige Anwesenheit würde dann wegen Regelverstosses gestrichen. An normalen Arbeitstagen gebe es das 1,5-fache des regulären Lohns für Überstunden, während Überstunden am Wochenende gemäß dem Arbeitsgesetz mit dem 2-fachen Tarif bezahlt würden.

Zwar beläuft sich die Arbeitswoche auch in Fabrik B auf fünf Tage, aber der reguläre Arbeitstag ist eine Stunde kürzer, nämlich acht Stunden. An Samstagen fallen regelmäßig Überstunden an, aber sonntags wird selten eine Schicht eingelegt, außer es ist dringend erforderlich wegen der Auftragslage. Die Beschäftigten haben keine Ahnung, wie der Überstundentarif tatsächlich errechnet wird, sondern wissen nur, dass sie nominell Anspruch auf 5,61 RMB pro Überstunde an normalen Arbeitstagen und 7,48 RMB an Wochenenden und Feiertagen haben. Bei Verweigerung von Überstunden werde man in Fabrik B entweder durch Abzüge vom Lohn bestraft oder indem man den Betreffenden Minuspunkte aufbrumme, sodass sich die Beschäftigten nicht so leicht widersetzen. In Fabrik B gebe es zwar einen Anspruch auf eine Stunde Mittagspause, aber nur selten könne man die volle Zeit nutzen, da man sich sofort nach Beendigung der Mahlzeit am Arbeitsplatz zurückmelden müsse und auf »Zuspätkommen« mit Missbilligung, Beschimpfungen oder sogar Lohnabzügen reagiert werde. Überstunden würden den Arbeitstag gewöhnlich bis 19 Uhr verlängern. Aber die TeamleiterInnen drängten die Beschäftigten normalerweise, ihre Stechkarte schon um 17 Uhr abzustempeln, sodass jeden Tag zwei unbezahlte Überstunden anfielen. Auf Nachfrage würden die TeamleiterInnen behaupten, dass diese zwei Stunden extra ein Ausgleich seien dafür, dass die Produktionsziele aufgrund der Produktionsrückstände der Beschäftigten nicht erreicht worden seien. Sechs, sieben ArbeitnehmerInnen der ethnischen Minderheit der Hui hätten einmal deswegen gestreikt, eben weil sie Überstunden bis

19 Uhr leisten, aber ihre Stechkarte schon um 17 Uhr stempeln sollten. In diesem besonderen Fall hätten es sich die Beschäftigten einfach nicht mehr gefallen lassen.

Darüber hinaus sei man sogar gezwungen worden, selbst an einem normalen Arbeitstag ohne Bezahlung zu arbeiten. Die Beschäftigten verrieten, dass sie einige Male arbeiten mussten, ohne dass die TeamleiterInnen das der Geschäftsleitung meldeten, und dass man den ganzen Tag umsonst gearbeitet habe, da die Stechkarte nie gestempelt worden sei. Niemand weiß genau warum, und es gibt Vermutungen, dass die Vorgesetzten das Geld einstecken oder tatsächlich die Beschäftigten zwingen würden, für sie zu schuften, um Privataufträge zu erledigen. Ohne Zweifel sind jedoch die TeamleiterInnen die Gewinner, da sie eine fette Prämie einstreichen können.

Sonstige Leistungen gibt es für die Beschäftigten von Fabrik A zu drei wichtigen Gelegenheiten, nämlich zum chinesischen Mittherbstfest, zum Nationalfeiertag und dem chinesischen Neujahr. Wenn man bis zu drei Monate im Betrieb ist, gibt es 50 RMB pro Kopf, bei drei bis sechs Monaten Betriebszugehörigkeit 150 RMB und bei mehr als sechs Monaten 200 RMB pro Person. Fabrik B zahlt eine Pauschale ohne Zuschläge nach Beschäftigungsdauer: 420 RMB als Jahresendprämie, 50 RMB für chinesische »Mondkuchen« zum Mittherbstfest und 200 RMB Prämie für besondere Leistungen. Von 70 Beschäftigten würden jeweils zwei für diese Auszeichnung ausgewählt. Es ist zwar offiziell ein Auswahlverfahren, aber fast einhellig ist man der Meinung, dass gute Beziehungen zu den Führungskadern dabei eine Rolle spielen.

Diskriminierung und Ungerechtigkeiten – Rechte von Arbeitnehmerinnen

Die überwältigende Mehrheit der Beschäftigten von Fabrik A ist nicht verheiratet, und nur ganz vereinzelt gibt es schwangere Arbeitnehmerinnen im Betrieb. Infolgedessen wissen die meisten Beschäftigten wenig über die Rechte verheirateter und schwangerer Frauen im Betrieb.

Wesentlich besser informiert sind darüber die Beschäftigten von Fabrik B. Arbeitnehmerinnen haben Anspruch auf Mutterschaftsurlaub und müssen der Geschäftsleitung nur die Genehmigung vorlegen, ein Kind kriegen zu dürfen, um diese Leistung in Anspruch nehmen zu können (s. Ein-Kind-Politik Chinas). Der Mutterschaftsurlaub dauert drei Monate, in denen die Arbeitnehmerinnen den Grundlohn erhalten und ihnen die Rückkehr an ihren ursprünglichen Arbeitsplatz nach der Entbindung garantiert wird. Zwar würden die Vorschriften von Fabrik B vorsehen, dass schwangere Arbeitnehmerinnen von Überstunden ausgenommen seien, aber tatsächlich liege die praktische Umsetzung größtenteils im Ermessen der Team- oder AbteilungsleiterInnen. Einige Abteilungen hielten sich an die Ausnahmeregelung, andere nicht, insbesondere wenn Liefertermine drängten. Fabrik B hat keine Schwangerschaftsversicherung für ihre Beschäftigten abgeschlossen. Es gibt ebenfalls keine Freistellung für Vorsorgeuntersuchungen der Schwangeren während der bezahlten Arbeitszeit, sodass sie sich gezwungenmaßen nur an den Wochenenden in ihrer freien Zeit untersuchen lassen können. Es wurde uns gegenüber aber darauf verwiesen, dass auf Schwangere doch etwas Rücksicht genommen werde, indem sie z.B. ganz vorne in der Essensschlange stehen dürften. Nach Aussage der Be-

Tabelle 4:
Diskriminierung und Ungerechtigkeiten

© 2010 SÜDWIND

	Fabrik A	Fabrik B
Altersbeschränkungen	Ja	Nein
Beschränkungen aufgrund des Heimatortes	Nein	früher
geschlechterübergreifende Lohnunterschiede für gleiche Arbeit	Nein	Nein
andere Formen der Diskriminierung aufgrund des Geschlechts	Nein	Nein
andere Formen der Diskriminierung	Nein	Ja

schäftigten gab es früher auch einen Wickelraum, in dem man die Kleinkinder über Mittag stillen konnte. Er wurde abgeschafft und die Arbeitnehmerinnen können jetzt nur außerhalb der Kantine stillen. Das übliche Bild in der Mittagspause besteht deshalb aus vielen stillenden Müttern im Umkreis der Kantine.

Fabrik A macht nicht viel Aufhebens, wenn es um die Herkunft, wohl aber wenn es um das Altersprofil der Beschäftigten geht, und lehnt BewerberInnen außerhalb der Altersgruppe 18–35 ab. Bevor es zu Engpässen in der Personalbeschaffung gekommen sei, habe Fabrik B überhaupt keine BewerberInnen aus der Provinz Henan eingestellt, da Bewohner dieser Provinz als besonders streitsüchtig bekannt seien. Aber im Allgemeinen gibt es in Fabrik B weder Alters- noch Herkunftsbeschränkungen. Sogar ArbeitnehmerInnen im Alter von 50 und mehr Jahren wurden schon eingestellt. Allerdings besagt eine ihrer Sonderregelungen, dass männliche Beschäftigte, die schon einmal gekündigt haben, auch zu Zeiten von Personalknappheit nicht wieder eingestellt werden.

Keine der beiden Fabriken macht Unterschiede im Lohn aufgrund des Geschlechts. In Fabrik B sind jedoch Ungerechtigkeiten in Bezug auf Löhne und andere Behandlung ein großes Thema. »Selbst wenn man viel produziert hat, kann es sein, dass man weniger kriegt als andere im gleichen Team«, sagte ein/e Beschäftigte/r in Fabrik B und fügte hinzu, dass die Bezahlung nicht unbedingt etwas mit der Menge und Qualität der Produkte zu tun habe, die ein/e Beschäftigte/r herstelle, sondern eher von deren Beziehung zu den Vorgesetzten abhängt. Das habe sehr viel Groll erzeugt. Nach Aussage der Beschäftigten in der Nähabteilung kann jemand im gleichen Team der gleichen Abteilung jeden Tag die gleiche Schicht machen und trotzdem 900–1000 RMB weniger erhalten als andere in gleicher Position. ArbeitnehmerInnen erhielten aber den gleichen Lohn für die gleiche Arbeit, unabhängig von ihrem Geschlecht. Verwandte der Teamleitung könnten jedoch erheblich mehr Geld machen und eher Prämien beanspruchen. Einige seien flink mit ihren Händen und produzierten mehr als andere, aber profitieren würden davon die Kumpels oder Lieblinge der Vorgesetzten und nicht der/die Betreffende. Viele in der Endmontage und Nähabteilung würden großzügig bezahlt, obwohl sie wenig getan hätten. Einzel-

ne, die gar nicht zum Team gehörten, würden z.T. über das Team abgerechnet. Die tatsächlichen Teammitglieder müssten deshalb nicht nur mehr arbeiten, sondern ihr Anteil an den Lohnzahlungen für das ganze Team werde durch diese fiktiven Mitglieder geschmälert. Zwar könnten sich qualifizierte ArbeitnehmerInnen um die Position des/r TeamleiterIn bewerben, aber nur bei guten Beziehungen zur oberen Geschäftsleitung habe man wirklich eine Chance, angenommen zu werden.

Kinderarbeit und Arbeit Minderjähriger

Fabrik A stellt niemanden ein, der unter 18 ist. Aber einigen BewerberInnen, die fast das Alter erreicht haben, könnte es vielleicht gelingen, sich mit den Ausweisapapieren einer anderen Person einzuschmuggeln, die das richtige Alter hat. Die Schichtdauer ist für alle Beschäftigten gleich, nämlich 12 Stunden pro Tag.

Vor zwei, drei Jahren waren in Fabrik B einige Beschäftigte unter 16 aufgetaucht, die heutzutage aber verschwunden sind. Noch immer können Minderjährige mit geliehenen Ausweisapapieren eingestellt werden, solange sie reif genug aussehen. Es gebe minderjährige Arbeitskräfte in Fabrik B, die genauso lange wie alle anderen arbeiteten. Vor zwei Jahren hätte es strengere Regeln gegeben und Minderjährige seien von Überstundenschichten ausgeschlossen gewesen. Gegenwärtig seien jedoch auch die Minderjährigen regelmäßig für Überstunden eingeplant, solange niemand die Behörden darauf aufmerksam mache. Besondere Rücksicht werde auf Minderjährige insofern genommen, als der Betrieb für die erste bei Einstellung vorgeschriebene Gesundheitsprüfung bezahle, während erwachsene ArbeitnehmerInnen selber dafür aufkommen müssten. Sobald sie auf der Lohnliste stehen, müssten sich auch minderjährige Beschäftigte nicht unbedingt jährlich untersuchen lassen.

Sozialversicherung

Die Fabrik A schließt für alle Beschäftigten eine Sozialversicherung ab, die durch eine monatliche Zwangsabgabe von 66 RMB vom Lohn finanziert wird. Die meisten ArbeitnehmerIn-

nen haben keine Ahnung, was für sie versichert wird, sondern wissen nur, dass eine Altersrente eingeschlossen ist. Fabrik B versichert grundsätzlich nur ArbeitnehmerInnen unter 35, über 35 wird niemand versichert. Auch hier wird die Versicherung durch monatlichen Abzug von 66 RMB vom Festlohn der Beschäftigten finanziert. Wir konnten dem Lohnzettel entnehmen, dass Fabrik B nur eine Rentenversicherung für die Beschäftigten abschließt. In der Krankenversicherung gibt es nach Aussage der ArbeitnehmerInnen von Fabrik B einen Anspruch auf Erstattung medizinischer Aufwendungen bis zu ca. 30 RMB monatlich, alles Weitere müsse man selbst bezahlen. Man klagte über exorbitante Preise für zur Verfügung gestellte Arzneien, die der Betrieb in Rechnung stelle. Wäre der Abzug der Versicherungsprämie vom Lohn nicht zwingend vorgeschrieben, hätten sich die meisten Beschäftigten von Fabrik B nicht für eine Sozialversicherung entschieden. Die Prämie werde vom Arbeitgeber direkt bezahlt und man habe auch bei Kündigung der Police deshalb keinen Zugriff auf die angesparten Prämien, obwohl sie aus ihren Löhnen finanziert seien. Erst nach Beitragszahlungen von 15 Jahren habe man Anspruch auf einen Teil der angesparten Summe. Die meisten Beschäftigten hatten aber keine Ahnung, wie lange sie in dieser Fabrik bleiben würden. Vor die Wahl gestellt, hätten sie das Geld für die Prämie lieber behalten.

Ausbildung

Bei Einstellung gibt es in Fabrik A für neue ArbeitnehmerInnen eine stellenspezifische Einführung. Außerdem werden sie ein- bis zweimal im Monat in einem zweistündigen Kurs in Fragen der technischen Sicherheit geschult, z.B. im Brandschutz. Jede/r Beschäftigte hat Anspruch auf Teilnahme.

Fabrik B verteilt an alle potenziellen ArbeitnehmerInnen ein »LEAN«-Handbuch (mit allgemeinen Ratschlägen, wie man effizienter produziert). Das entsprechende Wissen werde geprüft; wer den Test nicht bestehe, werde auch nicht eingestellt. Einmal pro Jahr gibt es eine dreistündige Schulung in Arbeits- und Gesundheitsschutz. Früher hätten nur die Beschäftigten aus der Sohlenabteilung eine Chance gehabt, daran teilzunehmen, wenn sie zu den glücklichen Gewinnern einer Tombola gehörten.

Betrieblicher Arbeits- und Gesundheitsschutz

Im Vergleich zu Fabrik B läuft der betriebliche Arbeitsschutz in Fabrik A besser. Die Maschine zur Sohlenherstellung bei A hat beispielsweise Schutztüren, die erst geschlossen sein müssen, bevor die Maschine eingeschaltet werden kann. Sollten aber umgekehrt die Türen geöffnet werden – aus welchem Grund auch immer –, bleibt die Maschine stehen. Selbst wenn jemand zu nahe an die Maschine komme, schalte sie sich selber ab. In der Zuschneideabteilung würden sich die Beschäftigten häufig an der Hand verletzen, wenn sie mit den Schneidewerkzeugen arbeiteten. Es handele sich dabei normalerweise nur um kleine Schnittverletzungen, die leicht zu versorgen seien. In der Abteilung, die die Farben anpasst, hantieren die Beschäftigten häufig mit Chemikalien, aber man hatte in der Abteilung noch keine verdächtigen Gerüche wahrgenommen und sah kein besonderes Risiko. Im Allgemeinen stelle die Fabrik Schutzhandschuhe und -masken zur Verfügung, die die Beschäftigten bei der Arbeit zu ihrem Schutz tragen sollten.

In der Fabrik B wussten zwar die meisten Beschäftigten nichts von irgendwelchen Gesundheitsproblemen im Betrieb, aber einige Befragte äußerten sich besorgt über verschiedene verdächtige Fälle. Das Risiko ist nach Meinung der Beschäftigten in der Sohlenbearbeitung und beim Farbauftrag am größten, da dort häufig mit chemischen Lösern und Klebern hantiert werde. Außerdem schreibt die Fabrikleitung eine routinemäßige jährliche Gesundheitsprüfung vor für alle, die mit chemischen Lösungsmitteln arbeiten. Nach Aussage der Beschäftigten riechen die eingesetzten chemischen Lösungen stark, seien aber nur mit einem Totenkopf und einigen Codes, jedoch ohne Beschriftung in Chinesisch versehen. Nie sei von der Geschäftsleitung mitgeteilt worden, um welche Chemikalien es sich handele; auch sei nie vor möglichen giftigen Chemikalien gewarnt worden. Im Betrieb habe man oft Ausgänge gesehen, die zu Spenden für an Leukämie erkrankte KollegInnen aufgerufen hätten.

Ein Fall aus Fabrik B: eine Frau, die im Betrieb täglich mit chemischen Lösungen hantiert hatte, erhielt in den letzten zwei Jahren immer wieder einen Bericht über ihren Gesundheitszustand und wollte deshalb von der Seuchenbekämpfungsstation mehr dazu erfahren. Dort sagten

ihr die Ärzte nur, dass sich ihr Blut verdickt habe. Im letzten September entwickelten sich bei der Frau große rote Flecken im Nacken, und der sie behandelnde Arzt führte das auf die Chemikalien zurück, mit denen sie in Kontakt kam. Die ärztlichen Untersuchungen hätten sie einige Hundert RMB gekostet. Für alle Arzttermine und -untersuchungen habe sie sich freinehmen müssen, da ihre Anträge auf Krankenurlaub abgelehnt worden seien. Würde sie das aus persönlichen Gründen tun, gäbe es jedes Mal erhebliche Lohneinbußen und das könne sie sich nicht leisten. So musste die Frau einfach weitermachen und konnte sich nur nachts nach der Arbeit behandeln lassen. Der Krankenhausarzt habe ihr Medikamente zur Entgiftung verschrieben und ihr Zustand habe sich verbessert. Aber viele rote Flecken im Nacken seien noch immer nicht verschwunden. Sie habe die Teamleitung deshalb um eine neue Aufgabe gebeten, um weitere Risiken zu vermeiden. Lange sei nichts passiert, und der/die VorarbeiterIn habe die Untätigkeit mit Personalknappheit entschuldigt. Der Beschäftigten habe es gereicht und so habe sie der Teamleitung eine heftige Szene gemacht. Erst danach sei ihr Antrag auf Versetzung an einen anderen Arbeitsplatz bewilligt worden.

Immer mal wieder würden in beiden Fabriken Gesichtsmasken unter jenen Beschäftigten verteilt, die Sohlen bearbeiten und mit Farben hantieren. Das passiere manchmal einmal die Woche oder auch nur einmal im Monat. Manchmal brauche man eine neue Maske, aber ihrem Anliegen werde nicht entsprochen. Bei längerem Gebrauch im Sommer fingen die Masken z.B. schnell an zu riechen, und so verlangten die Beschäftigten eine neue; wenn die Forderung nicht erfüllt werde, müsse man mit einer stinkigen und wenig hygienischen Maske weiterarbeiten. Dann gebe es aber auch Zeiten, wo man die Masken nicht tragen wolle und sie nur pro forma verwende, wenn »5S«-Kontrolleure zur Inspektion kämen.

Beschwerden und Gewerkschaft

In Fabrik A gibt es einen Vorschlagskasten, den die Beschäftigten verwenden können, wenn sie sich beschweren wollen. Aber ob es etwas bringt, steht dahin. Fabrik A hat auch eine Gewerkschaft, über die die Beschäftigten aber nichts wissen. Man erfuhr meistens nicht von der Gewerkschaft

durch demokratische Wahlen, sondern weil auf dem Lohnzettel monatlich 1 RMB als Gewerkschaftsbeitrag vom Lohn abgezogen wurde. Auf Rückfragen nach der Verwendung der Beiträge oder die mögliche Funktion einer Gewerkschaft reagierte man im Allgemeinen mit Unkenntnis. Die Beschäftigten erinnerten sich an keine Fälle, wo eine/r aus ihren Reihen betriebliche Probleme mit der Gewerkschaft diskutiert noch dass die Gewerkschaft etwas für die Beschäftigten getan hätte. Bei Arbeitskonflikten fiel den Beschäftigten als erstes die Arbeitsbehörde ein, die eine solche Lage klären könnte.

Fabrik B hat ebenfalls einen Vorschlagskasten, aber niemand hat ihn bisher benutzt. Es gibt auch eine gewerkschaftliche Vertretung, aber wie bei Fabrik A wissen die meisten Beschäftigten nicht wirklich, wozu sie tatsächlich da ist und wofür sie zuständig ist. Nur dass die Gewerkschaft jedem/r monatlich 1,9 RMB als Beitrag abziehen darf, ist allen bewusst. Sie haben keine Ahnung, wo die Beiträge hinfließen und wie das Geld verwendet wird. Einige der Beschäftigten meinten, dass die Geschäftsleitung wahrscheinlich ein Mitspracherecht bei der Ernennung der Gewerkschaftsfunktionäre habe, da alle GewerkschaftsvertreterInnen aus deren Reihen kämen. Anscheinend gibt es ArbeitnehmervertreterInnen im Betriebsleitungsausschuss, aber diese Positionen sind entweder in den Händen von Verwandten der Führungskader oder von servilen Typen besetzt, die dem Betrieb keinen Ärger machen. Nach Meinung der Beschäftigten hatte die Gewerkschaft für sie nicht viel getan. Früher habe die Gewerkschaft kleine Geschenke wie Seife, Schirme, Wasserflaschen und Trinkgläser ausgeteilt, aber jetzt nicht mehr. Noch immer wissen die Beschäftigten nicht, bei welchen Themen sie die Gewerkschaft um Unterstützung bitten sollten. Sie glauben auch nicht wirklich, dass eine Gewerkschaft helfen könne, sondern befürchten vielmehr, dass die Gewerkschaft sie vielleicht erst recht in Schwierigkeiten bringen könne. Als sie ihren Lohn nicht erhielt, habe sich z.B. eine der weiblichen Beschäftigten an die Gewerkschaft gewandt. Es habe absolut nichts bewirkt. Es ging darum, dass die Abteilung ihr nach ihrer Kündigung den Lohn verweigert hatte. So wandte sie sich an die Gewerkschaft, wo sie von den Funktionären zu hören bekam, sie solle sich bitte an die Abteilungsleitung wenden und die Sache selbst klären, also keine Hilfe in irgendeiner Form.

Kollektive Aktionen

In Fabrik A hatte es keine Streiks oder ähnliche Aktionen gegeben.

Hingegen gab es 2008 und 2009 einige Streiks in Fabrik B. Verschiedentlich hatte man damals in der Nähabteilung und Endmontage gestreikt; der Auslöser war die schlechte Bezahlung. An den Streikaktionen beteiligte sich i.d.R. das gesamte Team. Zufällig waren unsere BefragterInnen dabei, als zwei Teams in Fabrik B streikten. Es war ein Zahltag. Zwar hatten die Beschäftigten ihre Lohnzettel noch nicht bekommen, aber sie hatten ihren Kontostand überprüft und festgestellt, dass es trotz vieler Überstunden nur armselige 1300 RMB gegeben hatte. Schnell brach ein Streik aus. Sofort trommelten die TeamleiterInnen die leicht einzuschüchternen Mitglieder des Teams zusammen, die sich zu einer neuen Produktionslinie formierten und die Arbeit wieder aufnahmen, während die anderen Beschäftigten sich auf den Weg zur Personalabteilung machten, um die Sache zu klären. Nach ungefähr einer Stunde war der Streik schon wieder vorbei und die Beschäftigten machten sich schnell wieder an die Arbeit. Der Streik war nicht erfolgreich, weil es an Geschlossenheit unter den Beschäftigten mangelte. Die VorarbeiterInnen mussten nur ein bisschen bluffen und schon kehrten die weniger selbstbewussten ArbeiterInnen eingeschüchtert zur Arbeit zurück, aber das eigentliche Problem wurde nicht gelöst.

Überprüfungsmechanismen/ Soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR)

Fabrik A hat einen Antrag auf Zertifizierung nach dem »6S«-Standard für gutes Management, Rentabilität, Servicequalität und technische Sicherheit gestellt. Deshalb tauchten häufig Kunden zur Überprüfung auf. Mit den Beschäftigten redete man eher selten. Aber auch wenn sie es versucht hätten, seien die Beschäftigten nicht verpflichtet zu antworten, wenn sie sich nicht auskennen würden. Die Kunden hätten feststellen wollen, ob die Fabrik irgendwelche Vorschriften verletze. Die Beschäftigten hätten die Besichtigungen vorbereiten müssen, z.B. Saubermachen oder Aufräumen, damit es ordentlich aussah. Zur richtigen Vorbereitung der Beschäftigten, damit

sie ausreichend informiert seien, prüfe Fabrik A einmal monatlich deren Kenntnisse über »6S«-relevante Themen.

In Fabrik B haben viele Beschäftigte keine Ahnung, ob ihr Betrieb sich um Anerkennung nach irgendeinem Industriestandard bemüht hat. Aber auch bei ihnen kämen regelmäßig Kunden zur Überprüfung vorbei. Die Geschäfts- und Abteilungsleitung nehme diese Besichtigungen sehr ernst. Im voraus würden einige sprachgewandte MitarbeiterInnen für Gespräche mit den Kunden ausgewählt. Wenn man seine Sache gut gemacht und die richtigen Antworten gegeben habe, werde man mit einer Prämie von 200 RMB belohnt, aber wenn nicht, mit 50–100 RMB Abzug bestraft. Einige Abteilungen hätten sogar die weniger gebildeten Beschäftigten für die Zeit der Besichtigung in die Toilette eingesperrt und erst hinterher wieder herausgelassen. Manche Abteilungen hätten die gewünschten Antworten sogar schriftlich vorformuliert, die dann auswendig gelernt und während der Besichtigung als Antwort verwendet werden sollten. Jeder, der im Gespräch nicht die vom Betrieb vorgegebenen Antworten gegeben habe, sei mit einer Geldstrafe bestraft worden.

Zentrale Beschwerden der Beschäftigten

Es gab während unserer Recherchen in Fabrik A keine grundsätzlichen Probleme der Beschäftigten, während man sich in Fabrik B tief betroffen über die ihrer Meinung nach ausufernde Macht der TeamleiterInnen zeigte. In den Gesprächen mit den Beschäftigten wurde deutlich, dass die TeamleiterInnen eine Machtposition innehaben und den Ausschlag geben, wenn über die Lage der Beschäftigten im Betrieb entschieden wird. Sie haben ein wichtiges Wort mitzureden, wenn es z.B. darum geht, ob Schwangere Überstunden leisten müssen, wie Löhne zugeteilt werden, ob man eine Geldstrafe zahlen muss oder möglicherweise befördert wird. Es gab in Fabrik B einmal einen Spendenauftrag für die KollegInnen, die an Leukämie erkrankt waren. Die TeamleiterInnen waren mit dem Ergebnis nicht zufrieden und entschieden willkürlich, 10 RMB pro Kopf vom Lohn aller ArbeitnehmerInnen abzuziehen.

3.3 Metro Cash & Carry-Märkte in Chongqing und Guangzhou

Überblick

Die Metro-Gruppe ist das größte Handelskonglomerat in Deutschland und der drittgrößte Handelskonzern der Welt nach Wal-Mart und Carrefour.

- ◆ Chongqing Metro Cash & Carry Markt: Standort C
- ◆ Guangzhou Metro Cash & Carry Markt: Standort D

Standort C und Standort D liegen in der Kommune Chongqing, resp. Kommune Guangzhou in China und gehören beide zum selben deutschen Metro-Konzern. Die Cash

& Carry Märkte der Metro verkaufen nicht direkt an EndverbraucherInnen, sondern handeln nur mit lizenzierten juristischen Personen, die gleichzeitig als Mitglieder ihrer Vertriebskette eingetragen sind.

C nahm 2001 den Betrieb in Chongqing auf und ist von 6 Uhr bis 22 Uhr täglich geöffnet. In diesem Markt arbeiten mehr als 600 Menschen, aber nur 270 erhalten direkt von der Metro ihr Gehalt und sind als Führungskräfte, TeamleiterInnen, Büroangestellte, KassiererInnen, LagerarbeiterInnen etc. tätig. Die restlichen 300 MitarbeiterInnen und mehr werden als VerkäuferInnen von anderen Wirtschaftseinheiten beschäftigt. Von den 270 eigenen Beschäftigten von C sind 60% Frauen. Das Durchschnittsalter der Gesamtbelegschaft liegt zwischen 20 und 30 Jahren, von denen die meisten die Oberschule abgeschlossen oder eine höhere Schulbildung haben. Das externe Verkaufspersonal hat im Durchschnitt nur einen Realschulabschluss oder eine leicht darüber liegende Qualifikation. Die meisten direkt Beschäftigten stammen aus Chongqing und nur in der Geschäftsleitung gibt es Ortsfremde. Es ist offenbar Teil der Geschäftspolitik, den Betrieb vor Ort nicht von einem/r



(Quelle: Wikipedia, eigene Bearbeitung)

Einheimischen leiten zu lassen. Nach Meinung der Beschäftigten lag der Grund dafür in »wirtschaftlichen Erwägungen« (Einheimische könnten leichter persönliche Abhängigkeiten schaffen und damit mehr Spielraum für korrupte Verhaltensweisen geben). Alle lokalen Führungskräfte stammten deshalb aus Konzernteilen in anderen Provinzen und würden nach einer Art Rotationsprinzip eingesetzt. Die direkt angestellten MitarbeiterInnen sind mit der Bezahlung sehr zufrieden, was auch die verhältnismäßig geringe Fluktuation des Marktes erklärt. Alle MitarbeiterInnen im Verkauf, die Reinigungskräfte und das Sicherheitspersonal sind nicht direkt bei der Metro, sondern bei anderen Firmen beschäftigt, mit denen die Metro entsprechende Überlassungsverträge abgeschlossen hat. D.h. für diese Gruppen hängt die Fluktuationsrate sowohl vom Managementsystem und den Lohnbedingungen ihrer entsprechenden Arbeitgeber als auch von den vertraglich mit der Metro vereinbarten Bedingungen ab.

Im Standort D arbeiten 550 Beschäftigte, aber nur 150 sind direkt als Bürokräfte, TeamleiterInnen, LageristInnen, KassiererInnen etc. beschäftigt. Der Markt wurde 2001 eröffnet. Wie auch

bei C arbeiten die restlichen ca. 400 MitarbeiterInnen im Verkauf, als Sicherheits- oder Reinigungskräfte und kommen von anderen Firmen. Von den 550 Beschäftigten sind 70% Frauen. Die meisten Frauen dort arbeiten als Verkäuferin (von dem direkt bei D beschäftigten Personal ist nur jede Fünfte eine Frau, während im Verkauf vier Fünftel Frauen sind). Viele kommen aus anderen Provinzen, wobei die Schulabschlüsse irgendwo zwischen Real- und Oberschule liegen und das Durchschnittsalter sich um die 25 Jahre bewegt. Im Vergleich zum Standort C ist die Fluktuation sehr hoch. Das ist wahrscheinlich auf die ziemlich schlechte Bezahlung (s. S. 4, Tabelle 3) zurückzuführen. Alle direkt beschäftigten und externen MitarbeiterInnen sowohl in C als auch D müssen für ihre Mietunterkünfte bezahlen, was es den ArbeitnehmerInnen immer schwer macht, mit dem Lohn über die Runden zu kommen. Davon abgesehen wies man auch auf die heiklen persönlichen Beziehungen dort hin und

das Risiko der Benachteiligung bei der Bezahlung und sonstigen Leistungen, wenn man sich nicht so gut mit der Geschäftsleitung verstehe.

Personalbeschaffung, Arbeitsverträge, Kündigungen, Verpflegung und Unterkünfte

Beide Cash & Carry Märkte schlossen mit den eigenen Beschäftigten einen Arbeitsvertrag ab und händigten jedem/r von ihnen eine Kopie aus. Ihre Verträge laufen über höchstens drei Jahre und auch für langjährige MitarbeiterInnen gibt es keine unbefristeten Verträge. An beiden Standorten hatten die Beschäftigten das neue »Arbeitsvertragsgesetz« irgendwie noch nicht ganz verstanden. Welche Änderungen darin vorgesehen sind, ist ihnen nicht klar, und ob es überhaupt etwas ändert, auch nicht.

Tabelle 5: Überblick		© 2010 SÜDWIND		
	Standort C eigene Beschäftigte (externe MitarbeiterInnen)	Standort C Verkaufspersonal	Standort D eigene Beschäftigte	Standort D Verkaufspersonal (externe MitarbeiterInnen)
Lage	Stadtteil Nanan, Chongqing, Provinz Sezuan		Stadtteil Tianhe, Guangzhou, Provinz Guangdong	
Kapitalherkunft	Deutschland		Deutschland	
Sparte	Großhandel		Großhandel	
Anzahl der Beschäftigten	270	330	150	400
Gesamtzahl der Arbeitnehmerinnen	60%	80%	20%	80%
Durchschnittsalter der Belegschaft (an der Basis)	20–30	30–35	25	25–30
durchschnittlicher Schulabschluss der Belegschaft (an der Basis)	weiterführende/Oberschule	Sekundar/Realschule	Real- bis Oberschule	Real- bis Oberschule
Fluktuation unter der Belegschaft (an der Basis)	nicht groß (hauptsächlich Ortskräfte)	hohe Fluktuationsrate	hoch	abhängig von Saison, Produkten etc.

Das Verkaufspersonal am Standort C sollte eigene Verträge mit ihren entsprechenden Arbeitgebern abschließen, aber einige hatten das nicht getan. Lieber wollen sie nicht an einen Vertrag gebunden sein, um dann den Arbeitsplatz leichter wechseln zu können.

Keiner der beiden Märkte behält für gewöhnlich die amtlichen Dokumente der Beschäftigten ein. Bei der Einstellung müssen die ArbeitnehmerInnen von C nur ihre Ausweis-papiere, Abschlusszeugnisse und medizinischen Unterlagen zur Überprüfung vorlegen, während D die Gesundheitspapiere der Beschäftigten einbehält. C fordert keine Kautio-n vom eigenen Personal, wohl aber vom externen Verkaufspersonal. Von letzterem wird auch eine Gebühr für ihre Uniformen verlangt. Auch die Abgaben variieren. Das von »Goodbaby Spielzeugautos« und »Lacoste Unterwäsche« kommende Personal muss z.B. 100 RMB Kautio-n und 130 RMB für einen

Arbeitnehmerausweis zahlen, während sich die-selben Gebühren für Beschäftigte in der Spiritu-osen- und Alkoholabteilung auf 150, resp.120 RMB belaufen. Das System von D ist insgesam-t ganz anders, denn dort wird von jedem/r neu-en direkt Beschäftigten und jedem/r externen MitarbeiterIn eine Kautio-n von 300 RMB bei der Einstellung verlangt. Die Summe finanziert z.T. die eigene Uniform des/r MitarbeiterIn und dient auch als eine Art Pfand für den Fall, dass der/die ArbeitnehmerIn Schäden verursacht. Aber kein Mitglied der Geschäftsleitung muss eine Kautio-n zahlen.

Die Beschäftigten von C bewerben sich nor-malerweise selbst um eine Stelle oder werden von Freunden, ihren Schulen oder einer Ar-beitsagentur empfohlen. Einige fanden die Ar-beitsstelle über Angebotsseiten im Internet. C rekrutiert nur junge ArbeitnehmerInnen mit Oberschulabschluss oder höher und setzt für

Tabelle 6: Personalbeschaffung, Verpflegung und Unterkünfte © 2010 SÜDWIND

	Standort C eigene Beschäftigte	Standort C externes Verkaufspersonal	Standort D eigene Beschäftigte	Standort D externes Verkaufspersonal
Amtliche Dokumente einbehalten?	Nein	Nein	Ja (med. Unterlagen)	Ja
Kautio-n erforderlich?	Nein	Ja	Ja (300 RMB)	keine
Probezeit gefordert?	Ja	Ja	Ja	vertragl. festgel. Aufgaben
Dauer der Probezeit	3 Monate	3 Monate	1–3 Monate	vertragl. festgel. Aufgaben
Gesundheitsprüfung bei Einstellung?	Ja, von ArbeitnehmerInnen bezahlt	Ja, von ArbeitnehmerInnen bezahlt	Ja, von ArbeitnehmerInnen bezahlt	Ja, von ArbeitnehmerInnen bezahlt
Hürden bei bewilligter Kündigung?	leicht	kommt darauf an	nicht schwierig	nicht schwierig
Angebot von Verpflegung?	Ja	Nein	Ja	Nein
Essenszuschuss pro Monat	kostenlos	Nein	kostenlos	Nein
Stehen Schlafräume zur Verfügung?	Nein	Nein	Nein	Nein
Gibt es Privaträume für Ehepaare?	Nein	Nein	Nein	Nein
1 RMB = 0,11 € (s. Kapitel 8.3)				

neu Eingestellte eine Probezeit von drei Monaten voraus, nach der es i.d.R. eine Lohnerhöhung von 300 RMB gibt. Die meisten ArbeitnehmerInnen von C fanden ihre Stelle, indem sie sich auf eine Anzeige bewarben. C lässt seinen ArbeitnehmerInnen anscheinend erheblichen Spielraum bei der Auswahl des Arbeitsplatzes. Solange der/die MitarbeiterIn seiner/ihrer Aufgabe gewachsen ist, ist die Personalabteilung immer bereit, eine Versetzung in Betracht zu ziehen. Sowohl Markt C als auch D verlangen von ihren eigenen Beschäftigten eine Probezeit von 1–3 Monaten je nach Vertragslaufzeit. Für einen Einjahresvertrag besteht eine einmonatige Probezeit, während man für einen Dreijahresvertrag drei Monate auf Probe arbeiten muss. ArbeitnehmerInnen auf Probe erhalten einen bescheidenen Grundlohn. Die Beschäftigten sowohl von C als auch D meinten, dass ein Kündigungsgesuch ohne große Schwierigkeiten bewilligt werde. Bei D können die Beschäftigten z.B. innerhalb eines Monats kündigen. Sobald die Kündigung angenommen wird, kann der/die ArbeitnehmerIn fristgerecht den Betrieb verlassen.

C betreibt eine Mitarbeiterkantine ausschließlich für die eigenen Beschäftigten, die dort kostenlos essen können. Das von anderen Firmen bezahlte Verkaufspersonal wird nicht zugelassen. Beide Geschäfte stellen keine Schlafräume für die Beschäftigten zur Verfügung und zahlen auch keine Mietzuschüsse. Außerdem handelt es sich bei den MitarbeiterInnen von C meistens sowieso um Einheimische, die normalerweise zu Hause wohnen können. Ganz anders sieht es bei den ArbeitnehmerInnen von D aus, die mehrheitlich aus anderen Provinzen stammen und deshalb auf Mietunterkünfte angewiesen sind. Deshalb leiden die ArbeitnehmerInnen von D generell unter starker finanzieller Belastung.



Türgott Guan Yu am Eingang des Metro-Zulieferers Evergreen in Zhuhai, Foto: Ingeborg Wick

Der Metro-Konzern stellt hohe Ansprüche an die Gesundheit der MitarbeiterInnen und erwartet die Einhaltung bestimmter Gesundheitsstandards. BewerberInnen in einem schlechten Gesundheitszustand haben kaum eine Chance auf Einstellung. Eine Infizierung mit Hepatitis B stellt einen Ablehnungsgrund dar. Zwar gibt es in keinem der beiden Geschäfte eine Gesundheitsprüfung der BewerberInnen vor der Einstellung, aber beide fordern die Vorlage von Gesundheitspapieren zur Einsicht während des Bewerbungsverfahrens. Das bedeutet, dass die ArbeitnehmerInnen die Gesundheitsprüfung selber bezahlen. Davon abgesehen gibt es laut Auskunft eines Mitglieds der Geschäftsleitung von D im Oktober jeden Jahres eine Gesundheitsprüfung für MitarbeiterInnen, die länger als ein Jahr im Betrieb sind. C sieht anscheinend keine regelmäßigen Gesundheitschecks für das Personal vor, erwartet aber die regelmäßige Vorlage von Gesundheitspapieren zur Überprüfung. Deren Häufigkeit variiert von Abteilung zu Abteilung: in der Lebensmittel-, Tabak- und Spirituosenabteilung wird z.B. eine jährliche Aktualisierung der Gesundheitspapiere gefordert, während bei Bekleidung, Reinigungsmittel und Chemikalien nur einmal alle zwei Jahre ein solcher Check erforderlich ist.

Tabelle 7: Löhne und Arbeitszeiten		© 2010 SÜDWIND		
	Standort C eigene Beschäftigte	Standort C externes Personal	Standort D eigene Beschäftigte	Standort D externes Personal
Wann ist Zahltag?	Ende des Monats für den Lohn des Monats	nicht sicher	am 25.–30. des Monats für den Monat	monatliche Zahlung
Gab es Lohnrückstände?	häufige Verzögerungen um ein/zwei Tage zu Feiertagen/Ferienzeiten	Ja, manchmal Verzögerungen	Nein	Nein
Grundlage der Lohnberechnung	pro Stunde	pro Stunde	pro Monat	Grundlohn plus Provision
Grundlohn	1000 RMB	weiß nicht	1000 RMB	1000 RMB
Durchschnittsmonatslohn inkl. Überstunden (es ist ein Zweischichtsystem ohne Überstunden)	1000–1800 RMB (unterschiedl. Position, unterschiedl. Lohnliste)	nicht fest (1500–3000 RMB), abhängig von Saison und Produkt	1600–2000 RMB	nicht fest, abhängig von Saison und Produkt
Wurden Lohnzettel ausgegeben?	Ja, zusammen mit der Lohnzahlung	Ja	Ja, aber i.d.R. mit erheblicher Verzögerung	Ja
Versteht das Personal die Lohnzettel (und seine Bestandteile)?	Ja	Ja	Ja	Ja
Gibt es Sanktionen?	Ja, wenn Fehler gemacht werden	Ja	Ja, bei Fehlern	Ja
Dauer der normalen Arbeitswoche	5 Tage	5 Tage	6 Tage	6 Tage
Arbeitsstunden pro Tag	8 Stunden	8 Stunden	8 Stunden	8 Stunden
Überstunden pro Tag	häufig (Samstag –8 Stunden)	Samstag (8 Stunden)	gelegentlich (1–3 Stunden)	Samstag (8 Stunden)
freie Tage pro Monat?	4 Tage	4 Tage	4 Tage	4 Tage
Überstundenzuschlag für einen normalen Arbeitstag	1,5-facher normaler Lohn	weiß nicht	7 RMB pro Stunde	kein Überstundenlohn außer am Feiertag
Zuschlag für Überstunden am Wochenende	2-facher Normallohn am Samstag; 3-facher an gesetzlichen Feiertagen oder Freizeitausgleich	weiß nicht	3-facher Normallohn an gesetzl. Feiertagen am Feiertag	kein Überstundenlohn außer am Feiertag
andere Leistungen	Feiertagsgeld, Geschenke, Jahresendprämie	keine	Prämien Mitte und Ende des Jahres, bei Beförderung	keine

1 RMB = 0,11 € (s. Kapitel 8.3)

Löhne und Arbeitszeiten

Die eigenen Beschäftigten des Cash & Carry Marktes C werden auf Stundenbasis bezahlt. In der Befragung zögerte man mit Informationen zur Höhe des Lohnes, aber deutete an, dass in Leitungsfunktionen durchschnittlich 1800 RMB im Monat verdient werde, während der Lohn eines/r ArbeitnehmerIn ungefähr 1000 RMB betrage. GabelstaplerfahrerInnen erhalten 1300 RMB pro Monat. In derselben Tätigkeitsgruppe erhielten alle den gleichen Lohn. Der Lohn für einen bestimmten Monat werde i.d.R. in den letzten Tagen des Monats bezahlt. Zu Verzögerungen um lediglich ein bis zwei Tage komme es an Feiertagen und samstags. Der normalerweise bei der Auszahlung der Löhne ausgehändigte Lohnzettel sei leicht verständlich. Es habe im letzten Jahr eine – nicht erhebliche – Lohnerhöhung gegeben. Supermarkt C bietet der Belegschaft auch weitere Leistungen wie eine Prämie von 50 RMB an Feiertagen, 50 RMB als »Geschenk« und eine Jahresendprämie, die einem Monatslohn entspricht. Die befragten eigenen Beschäftigten waren generell mit ihrem Lohn sehr zufrieden.

Der Cash & Carry Markt D bezahlt seine eigenen Beschäftigten pro Monat. Der Gesamtlohn setzt sich aus drei Teilen zusammen: einem Pauschalbetrag von 1000 RMB, 1% des (vom Beschäftigten erzielten) Umsatzes und einer Prämie von 0.1% (0.1% des Umsatzes der Abteilung, die sich die MitarbeiterInnen der Abteilung teilen). Der Lohn wird zwischen dem 25. und 30. des Monats ausgezahlt. Der ziemlich ausführliche Lohnzettel ist von den Beschäftigten problemlos zu verstehen. D hatte den Beschäftigten in den letzten 2 Jahren Lohnerhöhungen von 200–300 RMB gewährt und damit den Monatslohn eines durchschnittlichen Beschäftigten auf 1600 RMB und von Führungskräften auf 2000 RMB erhöht. Abgesehen vom üblichen Monatslohn gewährt D auch verschiedene Vergünstigungen: eine Prämie von 200 RMB Mitte des Jahres, eine Prämie bei Beförderung (mit einer Erhöhung des Grundlohns um 100 RMB bei jeder Beförderung) und eine Jahresendprämie, die einem 13. Monatslohn entspricht. Trotz dieser offenkundigen Vorteile war die Fluktuation unter den MitarbeiterInnen bei D ziemlich groß. Unserer Meinung nach wurde die Belastung zum großen Teil durch die Mietkosten der Beschäftigten verursacht und durch die hohen Lebenshaltungs-

kosten in Guangzhou weiter verstärkt. Die Löhne reichen ihnen einfach nicht, um über die Runden zu kommen.

Eine nominelle Arbeitswoche am Standort C besteht aus fünf Tagen von jeweils acht Stunden. Häufig müssen auch samstags acht Stunden zum Überstundentarif geleistet werden. Es gibt vier gesetzlich vorgeschriebene arbeitsfreie Tage pro Monat. Der Überstundentarif beträgt das 1,5-fache des normalen Tarifs an Wochentagen, das 2-fache des Normaltarifs an Samstagen und das 3-fache an gesetzlich vorgeschriebenen arbeitsfreien Tagen. Solche Sonderschichten können auch durch einen freien Tag ausgeglichen werden zu Zeiten, die Verhandlungssache sind. C hat generell ein Zweischichtsystem. Der morgendliche Arbeitsplan geht von 6 Uhr bis 15 Uhr, die Spätschicht von 14 Uhr bis 22 Uhr. Die Beschäftigten betrachten die Länge des Arbeitstages generell für zumutbar und die Überstundenpläne für nicht zu belastend. Die Beschäftigten könnten Überstunden auch ohne nachteilige Folgen ablehnen. Sollten sie eine Überstundenschicht wirklich einmal nicht schaffen, würde auch ein/e eingesprungene/r KollegIn nach privater Absprache ohne weiteres akzeptiert. Solche rück-sichtsvollen Zugeständnisse werden von den Beschäftigten positiv aufgenommen. Die Lohnunterschiede zwischen umsatzstarken und umsatzschwachen Zeiten sind nicht erheblich, und ArbeitnehmerInnen werden normalerweise in umsatzschwachen Zeiten auch nicht entlassen.

Auch am Standort D hat der normale Arbeitstag acht Stunden. Die reguläre Arbeitswoche ist jedoch länger und umfasst insgesamt sechs Tage. Auch hier gibt es vier gesetzlich vorgeschriebene arbeitsfreie Tage. Man hat ebenfalls ein Zweischichtsystem mit einer Morgenschicht von 7 Uhr bis 15 Uhr und der Spätschicht von 15 Uhr bis 23 Uhr. Auch bei D müssen die Beschäftigten gelegentlich Überstunden leisten, wobei der Überstundentarif an normalen Arbeitstagen 7 RMB pro Stunde beträgt und auf das 3-fache des normalen Tarifs an gesetzlichen Feiertagen ansteigt. Generell versucht man bei D, die Belegschaft zur Leistung notwendiger Überstunden zu motivieren, was anscheinend funktioniert; das zeigt sich z.B. daran, dass ArbeitnehmerInnen freiwillig länger arbeiteten, um die vorgegebenen Umsatzziele zu erreichen. Es gibt im Großhandelsgeschäft umsatzschwache und umsatzstarke Zeiten, erstere Mitte des Jahres und

letztere nach dem chinesischen Mitterherbstfest. D ist nicht dafür bekannt, dass ArbeitnehmerInnen in umsatzschwachen Zeiten entlassen werden.

Am Standort C gibt es ein Geldbußensystem, wenn auch mit eher symbolischen Beträgen. Liegt z.B. noch Ware mit abgelaufenem Verfallsdatum im Regal, müssen die betreffenden MitarbeiterInnen 5–10 RMB Strafe zahlen. Eine Strafe wird auch fällig, wenn Ware fragwürdiger Qualität im Regal gefunden wird. Die Beschäftigten zeigten Verständnis, dass solche Verfehlungen ihrem Ruf schaden könnten und nahmen keinen Anstoß an den Geldstrafen. Außerdem wurde das Kassenspersonal, das gefälschte Geldscheine angenommen hatte, persönlich haftbar gemacht und zur Zahlung des Differenzbetrags verpflichtet, sodass alle KassiererInnen die angenommenen Geldscheine sehr sorgfältig prüften. Sollten doch einmal Fälschungen aus Versehen angenommen werden, betrachten die Beschäftigten das generell als ihr Pech. Sanktionen bei D gehen über Geldbußen hinaus. ArbeitnehmerInnen können z.B. eine Verwarnung oder Minuspunkte in irgendeiner Form erhalten. Machten die Beschäftigten z.B. Fehler bei der Inventur, erhielten sie eine Verwarnung, und bei drei Verwarnungen gab es Punktabzug für den/r ArbeitnehmerIn. Zuspätkommen wird mit einer Geldbuße bestraft: kommt man eine Stunde oder weniger zu spät, werden 20 RMB, bei mehr als einer Stunde zu spät 100 RMB abgezogen.

Bedingungen der Beschäftigten an den Standorten C und D, die nicht direkt von C und D entlohnt werden

Standort C

Der persönlich erzielte Umsatz entscheidet über das Einkommen des Verkaufspersonals. Dessen Probezeit dauert einen Monat. Da sich das Einkommen aus dem Grundlohn und einer Provision zusammensetzt, ist es in der Probezeit wahrscheinlich nicht sehr viel geringer. In umsatzschwachen Zeiten könnte es jedoch zu größeren Unterschieden kommen. Angenommen das Einkommen beträgt in verkaufsschwachen Zeiten 1200 RMB pro Monat, könnte es bei Hochbetrieb eher 3000 RMB ausmachen. Das Verkaufspersonal wird nach dem Arbeitsrhyth-

mus seines Arbeitgebers bezahlt und berichtet wiederholt von Lohnrückständen. Einige konnten in umsatzschwachen Monaten entlassen werden, aber daran war man durchaus gewöhnt. Die Aussicht, danach im Verkauf eines anderen Produktes eingesetzt zu werden, stimmt anscheinend zuversichtlich.

Das Verkaufspersonal hat dieselben Arbeitszeiten wie die eigenen Beschäftigten des Cash & Carry Marktes. Es stehen ihnen ebenfalls vier arbeitsfreie Tage pro Monat zu. Sie empfinden notwendige Überstunden nicht als lästig. Normalerweise sind sie zu Überstunden bereit, um die Vorgesetzten nicht zu reizen oder um späteren Ärger zu vermeiden. Ihr Überstundentarif kann sich möglicherweise von dem der eigenen Beschäftigten des Marktes unterscheiden.

Das von Subunternehmen überlassene Reinigungspersonal erhält einen Festlohn von 680 RMB pro Monat. Auch sie arbeiten in zwei Schichten pro Tag und die Arbeitszeiten sind nicht zu lang. Es gibt keine Überstundenzuschläge und kein Angebot von Verpflegung und Unterkünften. Sie haben nur wenige Tage frei und arbeiten praktisch jeden Tag. Sie werden von den Subunternehmen bezahlt und haben nicht direkt mit der Metro zu tun.

Standort D

Die Bedingungen für das externe Personal in D sind im Grunde dieselben wie für das Personal in C.

Ihre persönlichen Umsatzzahlen entscheiden über das Einkommen der VerkäuferInnen. Die Probezeit liegt zwischen ein bis drei Monaten, aber die meisten Arbeitsverträge sind »aufgabenbezogen«. Die Löhne des Verkaufspersonals wurden pünktlich gezahlt, sobald sie ihre »Aufgabe« erledigt hatten; sie können den Arbeitsplatz wechseln.

Das von Subunternehmen überlassene Reinigungspersonal erhält einen monatlichen Grundlohn. Auch sie arbeiten in zwei Schichten pro Tag und haben keine zu langen Arbeitszeiten. Es gibt keine Überstundenzuschläge und kein Angebot von Verpflegung und Unterkünften.

Tabelle 8: © 2010 SÜDWIND
Diskriminierung und Ungerechtigkeiten gegenüber eigenen und externen Beschäftigten

	Standort C eigene Beschäftigte	Standort C Verkaufs- personal	Standort D eigene Beschäftigte	Standort D Verkaufs- personal
Altersbeschränkungen	Ja	Nein	Ja	Ja, unter 35
Beschränkungen aufgrund des Heimatortes	Nein	Nein	Nein	Nein
geschlechterübergreifende Lohnunterschiede für dieselbe Arbeit	Nein	Nein	Nein	Nein
Diskriminierung weiblicher Beschäftigter	Nein	Nein	Nein	Nein
andere Formen der Diskriminierung	Nein	Nein	Nein	Nein

Diskriminierung und Ungerechtigkeiten

Markt C hat für seine eigenen verheirateten Arbeitnehmerinnen eine Schwangerschaftsversicherung abgeschlossen und bietet ca. fünf Monate Mutterschaftsurlaub mit der Option, an den Arbeitsplatz zurückzukehren. Schwangere Arbeitnehmerinnen sind von Nachtschichten ausgeschlossen und genießen auch sonst einige Vorzüge, aber es ist nicht klar, ob sie Anspruch auf bezahlte Freistunden für vorgeburtliche Arzttermine haben. Markt D hat für seine verheirateten Arbeitnehmerinnen keine Schwangerschaftsversicherung abgeschlossen, gewährt aber bezahlte Freistunden für vorgeburtliche Termine beim Arzt. Es besteht die Möglichkeit des Mutterschaftsurlaubs (vier Monate bei natürlichen Geburten und sechs Monate bei Kaiserschnitt), für den nur der Grundlohn bezahlt wird.

Die externen Mitarbeiterinnen im Verkauf beider Cash & Carry Märkte haben keinen Anspruch auf Mutterschaftsurlaub welcher Art auch immer und genießen keinen Schutz durch eine Schwangerschaftsversicherung. Sie unterscheiden sich nur in einem Punkt: das Verkaufspersonal von C kündigt i.d.R. während der Schwangerschaft, während das Personal von D nach der Entbindung an den Arbeitsplatz zurückkehren darf und zum Stillen freigestellt wird.

Es wurden zwar keine Fälle von Diskriminierung bei der Einstellung von den Beschäftigten erwähnt, aber nach unserer Beobachtung waren die MitarbeiterInnen beider Einrichtungen durchschnittlich 30 Jahre alt oder jünger; wir vermuten deshalb, dass eine altersbezogene Diskriminierung durchaus gegeben sein könnte.

Arbeit von Kindern und Jugendlichen

Am Standort C gibt es keine Kinderarbeit (s. Definition in Kapitel 8 Serviceteil). Als Voraussetzung für die Einstellung wurde ein Alter von 18 Jahren oder älter eindeutig festgelegt. Die Personalabteilung von C nimmt diese Regelung sehr ernst und würde sie nicht aufs Spiel setzen.

Die Praxis beim Verkaufspersonal ist eine andere; es wurde festgestellt, dass man bei Personalknappheit den Einsatz von Kindern erwägen würde.

Auch unter den eigenen Beschäftigten am Standort D gibt es keine Arbeit von Kindern. Dort werden ebenfalls nur ArbeitnehmerInnen von 18 Jahren oder älter eingestellt und diese Regelung wird sehr genau eingehalten. Generell müssen StellenbewerberInnen ihre Oberschulabschlusszeugnisse und Ausweispapiere zur Prüfung vorlegen. Eine/r der VorarbeiterInnen sagte uns dazu, dass die Behörden von Guangzhou

die Einhaltung des Kinderarbeitsgesetzes streng überwachen und ggf. erhebliche Strafen verhängen.

Sozialversicherung für eigene Beschäftigte

Der Markt C hat seine eigenen Beschäftigten umfassend in Hinblick auf Altersversorgung, medizinische Kosten, Arbeitsverletzungen, Arbeitslosigkeit und Entbindungen versichert. Es gibt auch eine Art Unterstützungskasse. Das ist eine der Gründe, warum die Belegschaft mit ihrem Arbeitgeber sehr zufrieden ist. Auch Markt D hat die eigenen Beschäftigten u.a. für die Altersversorgung und gegen Verletzungen am Arbeitsplatz versichert, aber der genaue Umfang der Versorgung ist nicht klar.

Generell sehen die Subunternehmen der Cash & Carry Märkte keinen Sozialversicherungsschutz für ihre ArbeitnehmerInnen vor, aber einige schließen eine Rentenversicherung für langjährige MitarbeiterInnen ab.

Schulung des eigenen und externen Personals

Der Cash & Carry Markt C schult seine MitarbeiterInnen ausführlich in Fragen der Hygiene und Kundenfreundlichkeit. Auch Produktqualität und -sicherheit werden thematisiert und entsprechende Schulungen finden mehrmals im Monat statt. Für die eigenen und externen MitarbeiterInnen beider Standorte besteht Teilnahmepflicht. Auch am Standort D werden die eigenen Beschäftigten und das externe Verkaufspersonal geschult, jedoch hauptsächlich in Fragen der Brandschutzbestimmungen und Regalbestückung neuer Produkte. Die Teilnahme ist allen Beschäftigten frei gestellt.

Betrieblicher Arbeits- und Gesundheitsschutz (eigene und externe MitarbeiterInnen)

Die Beschäftigten am Standort C sind sich keiner besonderen Risiken irgendwelcher Art bewusst, die ihre Arbeit mit sich bringt. Sie kommen nicht mit Chemikalien in Berührung, und arbeitsbe-

dingte Gesundheitsprobleme oder Verletzungen am Arbeitsplatz sind ihnen nicht bekannt. Auch die Beschäftigten der Gabelstaplerabteilung gehen nicht von besonderen Risiken an ihrem Arbeitsplatz aus. Sie sind sich aber sehr wohl der Notwendigkeit besonderer Sorgfalt bewusst, um sicherzustellen, dass alle Waren richtig gestapelt sind, da sonst andere ArbeitnehmerInnen oder KundInnen gefährdet sein könnten. Es gab an beiden Standorten nie irgendwelche Konflikte beim Arbeits- und Gesundheitsschutz, sodass sich keine Aussagen darüber machen lassen, ob es Unterschiede zwischen den eigenen und externen MitarbeiterInnen gibt.

Auch die Beschäftigten am Standort D sind sich keiner besonderen Risiken in ihrem Arbeitsumfeld bewusst. Sie sind sich nicht sicher, in welcher Abteilung das Risiko größer ist, doch einige der Befragten sagten, dass die Arbeit in der Transportabteilung gefährlicher sei. Die Befragten wissen generell nicht, ob es Verletzungen im Betrieb gegeben hat, aber eine/r stellte fest, dass es schon einen Unfall gegeben habe und dass der Arbeitgeber dem/der Betroffenen eine angemessene Entschädigung gezahlt habe. Um was für eine Verletzung es sich gehandelt hat, ist nicht bekannt. Aus den Antworten der ArbeitnehmerInnen konnten wir mit einiger Sicherheit schließen, dass am Standort D die Schulung zu Fragen von Brandschutz und Sicherheit nur pro forma gemacht wurde und dass die Kenntnisse in Sicherheitsfragen noch viel zu wünschen übrig ließen.

Beschwerden und Gewerkschaft (eigene Beschäftigte)

Am Standort C gibt es einen Vorschlags- und Beschwerdekasten, aber man kann sich auch direkt bei der Geschäftsleitung beschweren. Nach Meinung der eigenen Beschäftigten gibt es ausreichend Möglichkeiten zur Kommunikation mit dem Arbeitgeber. C hat eine Gewerkschaft, aber nach Aussage der ArbeitnehmerInnen wurde der/die Gewerkschaftsvorsitzende nicht demokratisch gewählt und sehr wahrscheinlich von der Geschäftsleitung berufen. Die Beschäftigten haben keine Ahnung, wofür eine Gewerkschaft da ist und wissen nur von einigen von ihr organisierten Veranstaltungen im Jahr. Jeden Monat werden ein paar RMB Mitgliedsbeitrag vom Lohn abgezogen, aber unklar ist, wohin die

Gelder fließen. Die Beschäftigten glauben nicht, dass eine über die Gewerkschaft laufende Beschwerde irgendetwas bringt, und dementsprechend erwägen sie einen solchen Schritt bei Problemen nicht, sondern würden eher das direkte Gespräch mit der Geschäftsleitung suchen.

Die Beschäftigten am Standort D sagten aus, dass es an ihrem Arbeitsplatz einen Vorschlags- und Beschwerdekasten gebe, wo sie sich über Fragen des Lebensunterhalts beschweren könnten. Einige besprachen solche Themen sogar direkt mit dem Chef. Nur das oberste Management hat Zugang zu dem Beschwerdekasten. Ein/e VorarbeiterIn sagte, dass alle Beschwerden der Beschäftigten bearbeitet und angemessene Gegenmaßnahmen ergriffen würden und dass man zu weiteren Schritten bereit sei, bis die Beschäftigten zufrieden seien. Man vermutete, dass sich nur wenige KollegInnen beschweren würden, und war sich sicher, dass die Mehrheit eher kündigen würde, wenn sie unzufrieden ist.

Am Standort D wissen die Beschäftigten, dass eine Gewerkschaft existiert, weil jeden Monat 2 RMB als Gewerkschaftsbeitrag vom Lohn abgezogen werden, aber sie wissen nicht wofür. Eine/r der befragten VorarbeiterInnen war mit der Verwendung der Gelder nicht zufrieden und behauptete, dass sie von der obersten Geschäftsleitung verbraucht würden und die normalen ArbeitnehmerInnen gar nicht profitierten. Keine/r der Beschäftigten hatte sich jemals bei der Gewerkschaft beschwert und gedachte das auch in der Zukunft nicht zu tun, da man nicht genau wisse, welchem Zweck eine Gewerkschaft diene und ob sie ihnen helfen könne. Betriebliche Konflikte würde man eher mit den Vorgesetzten oder der Arbeitsbehörde besprechen. Nach ihrer Meinung besteht die Gewerkschaft nur auf dem Papier.

In beiden Cash & Carry Märkten gibt es keine gewerkschaftliche Vertretung für das externe Personal.

Von keinem der beiden Cash & Carry Märkte sind kollektive Streikmaßnahmen bekannt.

Gewerbeaufsicht und globale Unternehmensverantwortung

Die Beschäftigten hatten an beiden Standorten noch nicht von einer amtlichen Überprüfung der Einhaltung von Industriestandards gehört.

Wahrscheinlich aufgrund der Hygieneüberwachung der zuständigen Behörden sind die Cash & Carry Märkte besonders aufmerksam, wenn es um Hygiene- und Brandschutzvorschriften geht.

Zentrale Beschwerden der Beschäftigten

Die befragten direkt Beschäftigten am Standort C waren ausgesprochen zufrieden mit Bezahlung und Vergütungen, während man am Standort D am wenigsten zufrieden mit dem Lohn war. Im Zuge unserer Befragungen kamen wir zu dem Schluss, dass es für das externe Verkaufspersonal beider Märkte so gut wie keine Schutzmaßnahmen oder betriebliche Absicherungen gibt.

Eine von uns befragte Verkäuferin in der Alkoholabteilung sagte, dass man in ihrer Firma häufig länger auf den Lohn warten müsse und sie zu dem Zeitpunkt noch Rückstände von drei Monaten Lohn habe. Im vorausgegangenen Jahr habe ihr Arbeitgeber den Beschäftigten einen Überstundenzuschlag für das chinesische Neujahr versprochen, der noch immer nicht gezahlt worden sei. Sie habe wenig Kontakt zu anderen VerkäuferInnen und könne deshalb nur schwer eine gemeinsame Beschwerde beim Chef organisieren. Allein könne man wenig tun. Zwar arbeiteten die VerkäuferInnen in den Geschäften, aber ihre Löhne u.ä. fallen nicht direkt in die Zuständigkeit der Geschäftsleitung der Märkte. Deshalb steht es auch nicht zur Debatte, dort um Unterstützung zu bitten. Viele der von austretenden Löhnen betroffenen Beschäftigten im Verkauf sind unerfahren und sehen keine Möglichkeit, ihrem Anspruch Geltung zu verschaffen. Auch diese Verkäuferin hatte nichts unternommen, obwohl die Lohnzahlungen schon geraume Zeit ausstanden. Ohne den Lohn ihres Ehemannes in dieser Zeit wäre es für sie außerordentlich schwierig geworden. Unsere Befragten gaben der Verkäuferin einige Ratschläge, woraufhin sie beschlossen hatte, sich an die Arbeitsbehörde zu wenden, um ihre Rechte und Ansprüche durchzusetzen.

3.4 Aldi-Zulieferer in Guangdong

Überblick

Der Aldi-Konzern ist die größte deutsche Discounterkette und die Nr. 2 in Europa.

Die Fabriken E, F, G und H sind Zulieferer der angesehenen Discounterkette Aldi und befinden sich alle in der Provinz Guangdong; alle sind seit über 10 Jahren in Betrieb. Die Belegschaft aller vier Standorte stammt hauptsächlich aus den Provinzen Guangdong, Guangxi, Sezuan und Hunan. Alle vier Betriebe leiden ausnahmslos unter hoher Fluktuation. Normalerweise verlassen ArbeitnehmerInnen hauptsächlich wegen der schlechten Bezahlung den Betrieb kurz vor dem chinesischen Neujahr.



(Quelle: Wikipedia, eigene Bearbeitung)

Tabelle 9: Lage der Produktionsbetriebe insgesamt				
	Fabrik E	Fabrik F	Fabrik G	Fabrik H
Standort	Zhongshan, Guangdong	Foshan, Guangdong	Dongguan, Guangdong	Zhongshan, Guangdong
Kapitalherkunft	China	China	Hongkong	China
Produktpalette/ Geschäftsbereich	Haushalts- geräte/ Fertigung	Haushalts- geräte/ Fertigung	BHs/Fertigung von Bekleidung	Fertigung von Bekleidung
Anzahl der Beschäftigten	1700	500–600	300	180
Anteil der Arbeit- nehmerinnen	80%	75%	75%	80%
Alter der Beschäftigten	18–45	22–25	16–40	18–45
Durchschnittl. Schulabschluss	Sekundar/ Realschule	Sekundar/ Realschule	Haupt-, Realschule	Haupt-, Realschule
Fluktuation unter der Belegschaft	hoch	hoch	hoch	hoch

© 2010 SÜDWIND

Personalbeschaffung, Arbeitsverträge, Kündigung, Verpflegung und Unterkünfte

Die bei E, F und H befragten Beschäftigten sagten alle aus, dass sie bei der Einstellung einen Arbeitsvertrag unterschrieben hätten. Nur bei G sah es anders aus: Einige sagten aus, dass nur die regulär Beschäftigten, nicht die GelegenheitsarbeiterInnen einen Vertrag unterschrieben hätten; andere im selben Betrieb sagten, dass niemand irgendeinen Vertrag unterschrieben habe, außer wenn Verträge pro forma für Abnehmer/Kunden bei deren Betriebsbesichtigungen unterschrieben wurden. Ebenfalls haben nur die Beschäftigten von G keine Ahnung von der Laufzeit ihrer Verträge. Keine/r der Beschäftigten aus allen vier Betrieben weiß irgendetwas über das neue Arbeitsvertragsgesetz.

Weder muss irgendeine/r der ArbeitnehmerInnen in den vier Fabriken eine Kautionszahlung noch werden bei der Einstellung persönliche Papiere einbehalten. Lediglich H verlangt von den Beschäftigten 10 RMB für die elektromagnetische Karte, mit der sie sich zu Arbeitsbeginn und -ende am Tor einloggen müssen. Die 10 RMB könne man zurückverlangen, wenn man nicht mehr bei H arbeitet. In allen vier

Fabriken ist es relativ einfach, eingestellt zu werden, aber eine Kündigung ist viel schwieriger (außer zu auftragsschwachen Zeiten) und die Geschäftsleitung kann einem jede Menge Steine in den Weg legen. Sollte ein/e ArbeitnehmerIn doch den Betrieb ohne Zustimmung verlassen, werden ihm/ihr 300 RMB »Ausbildungsgebühr« abgezogen. Generell werden die ArbeitnehmerInnen bei Aufnahme des Beschäftigungsverhältnisses aber gar nicht ausgebildet. Alternativ versuchten die Betriebe auch, die ArbeitnehmerInnen am Weggehen zu hindern, indem sie einen Monatslohn einbehielten. F, G und H zahlen die Löhne für einen bestimmten Monat erst am Ende des Folgemonats aus (z.B. wird der Lohn für Januar erst Ende Februar ausgezahlt). Sollte also ein/e ArbeitnehmerIn im März kündigen und ohne Zustimmung des Arbeitgebers gehen, könnte er/sie das Einkommen von zwei Monaten verlieren.

In allen vier Fabriken gibt es Verpflegung und auch Unterkünfte für die Beschäftigten. H berechnet seinen Beschäftigten 2 RMB pro Mahlzeit. Obwohl es in den Stellenanzeigen geheißen habe, dass Verpflegung und Unterkünfte bereitgestellt würden, mache E entsprechende Abzüge für diese zwei Posten bei der Lohnabrechnung geltend. Außerdem wird in den Anzeigen behauptet, dass 30 RMB Mietzuschuss bei

Tabelle 10:
Arbeitsverträge

© 2010 SÜDWIND

	Fabrik E	Fabrik F	Fabrik G	Fabrik H
Arbeitsverträge unterschrieben?	Ja	Ja	nur für einige Beschäftigte	Ja
Vertragslaufzeit	3 Jahre	1 Jahr	weiß nicht	1 Jahr
Eine Kopie des Vertrages an die ArbeitnehmerInnen?	Ja	keine Kopien. Alle Verträge werden von Fabrik aufbewahrt	Nein	Nein
Unbefristete Arbeitsverträge für Längerbeschäftigte?	Nein	weiß nicht	nicht viele Längerbeschäftigte	keine Beschäftigten mit 10 oder mehr Jahren Betriebszugehörigkeit
Auswirkungen des neuen Gesetzes von 2008 auf die Beschäftigten	keine Wirkung. Beschäftigte verstehen das Gesetz nicht; es ist ihnen egal.	weiß nicht	Beschäftigte verstehen den Inhalt des Gesetzes nicht.	Beschäftigte verstehen das Arbeitsvertragsgesetz nicht.

Tabelle 11: Umfeld der Personalbeschaffung		© 2010 SÜDWIND		
	Fabrik E	Fabrik F	Fabrik G	Fabrik H
Persönliche Papiere einbehalten?	Nein	Nein	Nein	Nein
Kautions erforderlich?	Nein	Nein	Nein	Nein
Probezeit gefordert?	Ja	weiß nicht	Nein	Ja
Dauer der Probezeit	1 Monat	weiß nicht	Probezeit nicht üblich	1 Monat, 3 Monate für neue StickerInnen
Gesundheitsprüfung bei Einstellung?	Nein	Nein	Nein	Nein
Erschwerte Kündigung, auch wenn angenommen?	sehr, sehr viele Schwierigkeiten	In jüngster Zeit weniger, da weniger Aufträge reinkommen	mehr, wenn Auftragslage hektisch wird	sehr, sehr viele Schwierigkeiten
Kosten der Arbeitsuniform	keine Gebühr	1 jeweils für Sommer und Winter, je 30 RMB	10 RMB für Sommer, 25 für Winter	kostenlos
Angebot von Verpflegung?	Ja	Ja	Ja	Ja
Monatliche Verpflegungskosten	4 RMB pro Mahlzeit	keine	60 bis 90 RMB für VertragsarbeiterInnen; 90 RMB für GelegenheitsarbeiterInnen (3 RMB pro Tag, 1,5 RMB pro Mahlzeit)	2 RMB pro Mahlzeit (nur Mittag- und Abendessen)
Gibt es Unterkunft?	Ja	Ja	Ja	Ja
Gibt es Privaträume für Ehepaare?	Ja	weiß nicht	Nein	Nein
Gebühren für Unterkunft pro Monat	30–50 RMB für Wasser	kostenlos. Wasserkosten müssen von Zimmerbewohnern gemeinsam bezahlt werden	9 RMB als Verwaltungsgebühr	20 RMB für Wasser
Gibt es Mietzuschüsse?	Nein (Stellenangebot sagt 30 RMB Zuschuss, aber keine/r der Befragten hatte ihn bis dahin erhalten)	120 RMB pro Monat + 50 RMB für Sonstiges (bei Unterkunft außerhalb)	Nein	Nein

1 RMB = 0,11 € (s. Kapitel 8.3)

Unterbringung außerhalb beansprucht werden könnten, doch die Beschäftigten klagten, dass

tatsächlich niemand den Betrag je erhalten habe. Verpflegungskosten für die Beschäftigten

bei G sind sorgfältig gestaffelt, je nachdem, ob die Beschäftigten vorgegebene Produktionsquoten erreicht haben oder nicht. Den nach Stückzahlen bezahlten VertragsarbeiterInnen, die es auf mehr als 1000 RMB pro Monat brachten, würden 60 RMB für die monatliche Verpflegung abgezogen, aber bei unter 1000 RMB Verdienst kostete die Verpflegung 90 RMB pro Monat. Sowohl bei E als auch G beklagten sich die Beschäftigten über die minderwertige Qualität des Essens. Von den vier Fabriken ist F die einzige mit kostenloser Verpflegung und Zuschüssen für die Unterkünfte.

Die Schlafunterkünfte aller vier Fabriken werden streng verwaltet und BesucherInnen erhalten nur schwer Einlass. E bewacht die Schlafunterkünfte sogar mit Hunden. Die Beschäftigten von F zeigen sich besonders zufrieden über die Einrichtung ihrer Schlafräume und den ziemlich attraktiven Standort, da F die Unterkünfte für alle Beschäftigten verschiedener Betriebsteile an einem Standort im Gewerbegebiet zusammengelegt hat. Die Beschäftigten taufte es das »Arbeiterdorf«: es wird rund um die Uhr jeden Tag von Sicherheitskräften bewacht, die von allen am Eingang die Vorlage eines Anwohnerausweises verlangen. Innerhalb des »Dorfes« gibt es Läden und Unterhaltungseinrichtungen sowie Banken, sodass die AnwohnerInnen zum Einkaufen das Dorf gar nicht verlassen müssen.

Löhne und Arbeitszeiten

Siehe hierzu Tabelle 12: Seite 38/39

Löhne

Die Löhne für einen bestimmten Monat wurden in allen vier Fabriken erst am Ende des Folgemonats ausgezahlt, d.h. es wird üblicherweise ein dem Monatslohn entsprechender Betrag zurückgehalten. Kein Betrieb hatte in den letzten ein, zwei Jahren eine Lohnerhöhung gewährt, sodass die ArbeitnehmerInnen kaum über die Runden kamen. Nur die Beschäftigten von G hatten dank kostenloser Unterkunft und Verpflegung von ihrem Lohn etwas übrig, um es den Familien nach Hause zu schicken.

Alle vier Fabriken zahlten im Grunde einen Stücklohn und enthielten damit den Beschäftigten Einkommen vor, falls diese nicht an gesetzli-

chen Feiertagen arbeiteten. Alle kalkulierten den Stücklohn nicht nach der Leistung des einzelnen, sondern aller Beschäftigten der gesamten Montagestrasse. Während die AkkordarbeiterInnen bei G und H sehr wohl den Tarif für jedes von ihnen hergestellte Produkt kennen, war man bei E und F ahnungslos.

Bei E und F werden keine Überstunden bezahlt unter dem Vorwand, dass pro Stück bezahlt werde. G und H haben ebenfalls ein Akkordsystem, zahlen aber trotzdem einen – wenn auch minimalen – Überstundenzuschlag. In der Fabrik G beginnen die Überstunden um 19 Uhr, während H damit um 18.30 beginnt und auch Arbeit am Sonntagmorgen einbezieht. Sollten Überstunden weit über 23 Uhr oder 23.30 hinausgehen, stellen H und G außerdem einen leichten Imbiß zur Nacht zur Verfügung. Selten müssen bei G und H Überstunden während der Nacht geleistet werden, während E schon manchmal Überstunden über Mitternacht hinaus arbeiten lässt und generell jeden zweiten Tag Überstunden einplant. Eine Beschäftigte aus Hunan, die an einem Tag nicht zur Arbeit erschien, weil sie noch zu erschöpft von den Überstunden der Nacht vorher war, wurde offiziell trotzdem als »ohne Erlaubnis von der Arbeit ferngeblieben« eingestuft, und es wurden ihr drei Tage Lohn zur Strafe abgezogen. Die Beschäftigten aller vier Fabriken empfinden ihre Arbeitszeiten als viel zu lang, wussten aber nicht, wie sie sich beschweren können, oder ihre Beschwerden wurden ignoriert.

Andere Leistungen

Fabrik E gewährt ihren Beschäftigten eine Jahresendprämie, differenziert dabei jedoch zwischen einheimischen und zugewanderten ArbeitnehmerInnen. Für jede/n zugewanderte/n ArbeitnehmerIn wird für jedes vollendete erste Jahr der Betriebszugehörigkeit 50 RMB, bei zwei Jahren 250 RMB und am Ende von drei Jahren 500 RMB gezahlt. Einheimische ArbeitnehmerInnen erhalten bei entsprechender Betriebszugehörigkeit 250, 500 und 750 RMB. Bei G hatten AkkordarbeiterInnen, die in einem Monat einen Verdienst von 1000 RMB erzielten, Anspruch auf einen Essenzuschuss von 60 RMB, d.h. kostenlose Verpflegung für den betreffenden Monat. Nach Aussage der Beschäftigten von G hatte man dieses Jahr Anspruch auf einen Transportzuschuss von 300 RMB pro Kopf, wenn man

Tabelle 12: Löhne und Arbeitszeiten				
	Fabrik E	Fabrik F	Fabrik G	Fabrik H
Wann ist Zahltag?	am 25. jeden Monats	Ende jeden Monats	am letzten Tag des Monats	am 30. jeden Monats
Gab es Lohnrückstände?	Nein	Nein, aber der Lohn von 1 Monat wird einbehalten.	gelegentlich (falls samstags, wird am 1. oder 2. des nächsten Monats bezahlt).	gelegentlich (falls samstags, wird am 1. oder 2. des nächsten Monats bezahlt).
Bezahlung in der Probezeit	500–700 RMB (unter dem Mindestlohn von 770 RMB in Zhongshan)	weiß nicht	keine Probezeit	770 RMB pro Monat
Grundlage der Lohnberechnung	pro Stück/zeitabhängig	pro Stück/zeitabhängig	pro Stück bei VertragsarbeiterInnen; 35 RMB pro Tag für GelegenheitsarbeiterInnen	pro Stück für NäherInnen; 4,5 RMB pro Stunde für VerpackerInnen
Grundlohn	Nicht für AkkordarbeiterInnen; aber Stellenanzeige garantiert Einkommen von 900 RMB	770 RMB	weiß nicht	770 RMB
Durchschnittl. Monatslohn, inkl. Überstunden? (keine Überstundenbezahlung bei Akkordarbeit)	pro Stück: 1300–1500 RMB; zeitabhängig: 1300–1400 RMB	1200–1500 RMB, auf welcher Basis man auch immer bezahlt wird	produktivitätsabhängig: Durchschnitt 1500 RMB, mindestens 1000 RMB, höchstens 2000 RMB	produktivitätsabhängig: 1500 RMB im Durchschnitt für NäherInnen (1000–2000 RMB); VerpackerInnen 1300–1500 RMB.
Überstundenbezahlung nach Vorschrift?	bei Akkordarbeit keine Überstundenbezahlung	bei Akkordarbeit keine Überstundenbezahlung	Nein, nur 1 RMB pro Stunde	Nein, nur 0,5 RMB pro Stunde
Wurden Lohnzettel ausgeteilt?	Ja	Nein	Ja	Ja
Sind die Lohnzettel leicht verständlich?	Nur ein einfacher Zettel mit dem Gesamtlohn	kein Lohnzettel	Ja	Ja
Gibt es Sanktionen?	Ja	Ja	Ja	Ja

Fortsetzung von Tabelle 12 auf Seite 39

nach dem chinesischen Neujahr wieder zur Arbeit erschien und von innerhalb der Provinz Guangdong anreiste, und von 600 RMB pro Kopf, wenn man aus anderen Provinzen zurückkehrte. Abgesehen von einer Prämie für 100%ige Anwesenheit spendiert H auch eine 6%ige Provi-

sion, um zusätzliche Anreize zu bieten (nämlich zusätzliche 6 RMB pro verdienten 100 RMB, und zwar sogar bei AkkordarbeiterInnen). F, G und H zahlen eine Prämie für 100%ige Anwesenheit in einem Monat, in dem der/die Betreffende keinen freien Tag beantragt hat, nicht »ohne Erlaubnis

Fortsetzung von Tabelle 12 von Seite 38

Dauer der normalen Arbeitswoche	6 Tage	6 Tage	6 Tage (s. unten)	6 Tage
Arbeitsstunden pro Tag	12 Stunden Überstd.: 4 Std./Tag	12 Std. mindestens in der Montage; 10 Std. (2 Schichten) für Spritz- und Hardwareabteilung Überstd.: 2–5 Std./Tag	8,5 Std. für Vertragsarbeit im Akkord; 12,5 Std. für alle anderen (Überstd. 4 Std.), 13,5 Std. höchstens; 8,5 Std. für zeitabhängige Gelegenheitsarbeit	angeblich 8 Std., tatsächlich generell 12–13 Std. Überstd.: 3–5 Std./Tag
Freie Tage pro Monat	weiß nicht	für viele nicht einen freien Tag im Monat	1 Tag (bezahlt)	4 Tage, außer in auftragsstarken Zeiten
Zuschlag für Überstunden an normalen Arbeitstagen	keine Überstundenbezahlung für Akkordarbeit; 6 RMB/Std. für zeitabhängige Arbeit	pro Stück bezahlt, keine Überstundenzuschläge	1 RMB pro Std. für Akkordarbeit; keine Überstundenzuschläge für GelegenheitsarbeiterInnen	0,5 RMB/Std. für Akkord; 5 RMB/Std für ArbeiterInnen, die nach Zeit bezahlt werden
Zuschlag für Überstunden am Wochenende	keine bezahlten Überstunden	keine bezahlten Überstunden	Zuschlag wie an normalen Arbeitstagen	wie an normalen Arbeitstagen
Gibt es auftragsstarke und -schwache Zeiten?	Nein	Ja, aber selten	Jan.–Juni auftragschwach; Hochbetrieb nach Okt.	Nein
Lohnunterschiede zwischen auftragschwachen und -starken Zeiten	kein großer Unterschied	100–200 RMB	große Kluft, veranlasst viele zur Kündigung in auftragschwachen Zeiten	Keine Differenz von auftragsstark zu -schwach
Andere Leistungen	Jahresendprämie	50 RMB bei 100%iger Anwesenheit	für VertragsarbeiterInnen: 60 RMB Essenzuschuss, 30 RMB Leistungsprämie (Prämien nicht für GelegenheitsarbeiterInnen)	Provision und Leistungsprämie von insgesamt 40 RMB
1 RMB = 0,11 € (s. Kapitel 8.3)				

der Arbeit ferngeblieben« oder zu spät gewesen ist und alle Überstunden geleistet hat.

Geldbußen

Die Geldbußen bei E bewegen sich zwischen 5 und 10 RMB und viele ArbeitnehmerInnen müssen zahlen. Bestraft werden zahlreiche Verfehlungen, doch daran sind die Beschäftigten in-

zwischen gewöhnt. Merkwürdigerweise erhalten die meisten Beschäftigten zwar einen Stücklohn, müssen aber trotzdem eine Geldbuße zahlen, wenn sie keine Überstunden leisten; mit anderen Worten, Überstunden sind praktisch obligatorisch. Solche Zwangsmaßnahmen stellen aber für die Beschäftigten anscheinend kein gravierendes Problem dar. Vielmehr sind sie eher an dem zusätzlichen Einkommen durch Überstunden interessiert und absolvieren generell die

meisten geplanten Überstunden, um etwas mehr Geld in der Tasche zu haben. Bei Verweigerung von Überstunden werden in den vier Fabriken folgende Strafabzüge fällig: bei bis zu vier nicht geleisteten Überstunden zahlten die Beschäftigten von E eine Strafe, die »einem Tageslohn plus 100 RMB« entsprach. Wenn Beschäftigte von F einen freien Tag verlangten, belief sich die Strafe auf einen Tageslohn (150–200 RMB); wenn man der Schicht unerlaubt fernblieb, gab es eine Strafe in Höhe des Lohns von drei Tagen, sowie 30 RMB Strafe bei Verweigerung von Überstunden, wobei man gleichzeitig den Anspruch auf die Prämie für 100%ige Anwesenheit verlor. Bei G verloren die Beschäftigten ihre 30 RMB Leistungsprämie, selbst wenn sie nur eine Nacht nicht die geplanten Überstunden leisteten, und bei zwei oder mehr Nächten mit Überstunden wurden ihnen die 60 RMB Essenzuschuss gestrichen. Die Beschäftigten von H verloren bei Verweigerung von Überstunden ihre Leistungsprämie. Erschien man ohne vorherige Erlaubnis der Vorgesetzten nicht zur Arbeit, wurde das als »unerlaubtes Fernbleiben« betrachtet und mit einem Abzug vom Lohn von 30–50 RMB pro Tag geahndet.

Diskriminierung und Ungerechtigkeiten

Es gibt bei E offensichtlich eine unterschiedliche Behandlung je nachdem, ob die Beschäftigten Einheimische sind (aus Zhongshan in Guangdong stammen) oder aus anderen Provinzen kommen. Dazu einige Beispiele:

Beispiel 1: Zwar werden in der Stellenanzeige für ein Jahr Betriebszugehörigkeit 30 RMB Zuschuss versprochen, bei zwei Jahren 60 RMB, bei drei Jahren 90 RMB und bei vier Jahren im Betrieb 120 RMB, aber tatsächlich gab es diesen Zuschuss nur für einheimische ArbeitnehmerInnen.

Beispiel 2: E bezahlt einen Stücklohn, der für männliche und weibliche Beschäftigte gleich ist. Doch die zugewanderten ArbeitnehmerInnen erhalten 0,1 RMB pro Stück, die einheimischen 0,15 RMB. Letzteren werden auch leichtere und einfachere Arbeiten zugeteilt.

Beispiel 3: Die Fabrik schließt eine Sozialversicherung nur für die einheimischen, nicht aber für die zugewanderten ArbeitnehmerInnen ab.

Tabelle 13: Diskriminierung und Ungerechtigkeiten bezüglich der Rechte weiblicher Beschäftigter © 2010 SÜDWIND				
	Fabrik E	Fabrik F	Fabrik G	Fabrik H
Versicherung für schwangere verheiratete Arbeiterinnen?	Nein	Nein	Nein	Nein
Besondere Rücksicht während der Schwangerschaft?	keine. Schwangere im 7. Monat leisten immer noch täglich Überstunden	keine	keine	keine
Bezahlte Freistellung für vorgeburtl. Untersuchungen?	keine	keine	keine	keine
Bezahlter Mutterschaftsurlaub?	Ja, für einen Monat, wurde aber bisher von keiner genommen	Nein	Nein	Nein
Anspruch auf Rückkehr an den Arbeitsplatz nach Mutterschaftsurlaub?	Ja, wenn im Betrieb Bedarf an Arbeitskräften besteht	Ja, wenn die Betriebe Bedarf an Arbeitskräften haben	Ja	Ja

Tabelle 14 : Beschäftigte im Kindesalter oder Jugendliche		© 2010 SÜDWIND		
	Fabrik E	Fabrik F	Fabrik G	Fabrik H
Arbeiten Kinder in Ihrer Fabrik?	nicht sicher	nicht sicher (einige leihen sich vielleicht den Ausweis anderer.)	Einige GelegenheitsarbeiterInnen sind vielleicht im Kindesalter.	nicht sicher
Welchen besonderen Schutz genießen Jugendliche im Betrieb?	keinen	keinen	keinen	keinen

Beispiel 4: Während zugewanderten Beschäftigten bei einem Jahr Betriebszugehörigkeit eine Jahresendprämie von 50 RMB, bei zwei Jahren von 250 RMB und nach drei Jahren im Betrieb von 500 RMB zusteht, erhöhen sich die entsprechenden Prämien für einheimische Beschäftigte auf 250, resp. 500 und 750 RMB.

Auch erhalten Beschäftigte in der Probezeit bei E offensichtlich weniger Lohn (500–700 monatlich weniger) als schon fest angestellte ArbeitnehmerInnen und müssen außerdem noch deren Ermahnungen und diskriminierendes Verhalten ertragen.

G differenziert in der Behandlung zwischen regulären und saisonalen Arbeitskräften. GelegenheitsarbeiterInnen erhalten einen zeitabhängigen Lohn ohne Anspruch auf Zuschüsse oder die Leistungsprämie von 30 RMB. Diskriminierende oder ungleiche Behandlung wurde in den anderen zwei Fabriken nicht beobachtet.

Keine der vier Fabriken nimmt anscheinend besondere Rücksicht auf ihre schwangeren Arbeitnehmerinnen. Auch Schwangere müssen Überstunden leisten. Sie haben nach der Entbindung auch keinen Anspruch auf Mutterschaftsurlaub. Deshalb kündigten viele Arbeitnehmerinnen, als sie schwanger wurden.

Arbeit von Kindern und Jugendlichen

(s. Definition in Kapitel 8 Serviceteil)

Offiziell verweigerten alle vier Fabriken BewerberInnen unter 18 eine Arbeit und forderten von den Beschäftigten den Nachweis ihres Alters bei der Einstellung. Tatsächlich aber erhielten viele eine Arbeit, indem sie die Ausweispapiere anderer Personen vorlegten. Die Befragten waren sich deshalb auch nicht sicher, ob es in ihrem Betrieb nicht doch ArbeitnehmerInnen im Kindesalter gebe. Einige der Beschäftigten von F erwähnten KinderarbeiterInnen in ihren Reihen, die aber genauso behandelt würden wie alle anderen, selbst bei Überstunden. Wir trafen während unserer Befragungen bei G außerdem auf Arbeiterinnen im Kindesalter, die dort Gelegenheitsarbeiten machten, aber unter der Bezeichnung »Auszubildende« liefen.

Sozialversicherung

Die Fabriken F, G und H haben gar keine Sozialversicherung für ihre Beschäftigten abgeschlossen. Die ArbeitnehmerInnen sind auch nicht

Tabelle 15: Sozialversicherung		© 2010 SÜDWIND		
	Fabrik E	Fabrik F	Fabrik G	Fabrik H
Sozialversicherungsschutz für Beschäftigte?	nur für einheimisches, nicht zugewandertes Personal	Nein	Nein	Nein
Wofür genau versichert?	Alters- und Krankenversicherung	nicht zutreffend	nicht zutreffend	nicht zutreffend

besonders an einem Versicherungsschutz interessiert, da die Prämie vom Lohn abgezogen würde. Erhebliche Schwierigkeiten entstünden beim Rückkauf ihrer Versicherungspolice am Ende der Beschäftigung. Man könne auch die angesparten Beiträge nicht zu einer neuen Arbeitsstelle mitnehmen. Fabrik E schließe nur für einheimische, nicht für zugewanderte ArbeitnehmerInnen eine Alters- und Krankenversicherung ab.

Ausbildung

Bei Aufnahme des Beschäftigungsverhältnisses sind die ArbeitnehmerInnen sowohl von E als auch H etwas geschult worden, bevor sie in der Produktion eingesetzt wurden. Bei H erhielten die NäherInnen drei Tage Ausbildung, während bei E alle ArbeitnehmerInnen nur einen Tag geschult wurden. Auf Nachfrage hielten die Beschäftigten von E die Schulung für viel zu kurz

und fügten hinzu, dass sie sich einfach nicht alles merken konnten, was in den Einführungskurs hineingepackt worden sei. Verärgert waren die Beschäftigten von E darüber, dass bei Beendigung des Beschäftigungsverhältnisses 300 RMB vom Lohn für diesen einen Tag sogenannter Schulung abgezogen würden. Weder F noch G schulten ihre ArbeitnehmerInnen in irgendeiner Weise, sondern setzten sie sofort in der Produktion ein und verließen sich darauf, dass »Springer« oder erfahrenere Beschäftigte ihnen beistehen würden.

Betrieblicher Arbeits- und Gesundheitsschutz

Nach Meinung der Beschäftigten aller vier Fabriken bestehen keine besonderen arbeitsbedingten Risiken für sie. Auch haben sie nur eine ungenaue Vorstellung davon, was Berufskrank-

Tabelle 16:		© 2010 SÜDWIND		
Beschwerdewege, gewerkschaftliche und kollektive Aktionen				
	Fabrik E	Fabrik F	Fabrik G	Fabrik H
Gibt es Beschwerdewege, die der Betrieb zur Verfügung stellt?	Es gab einen Beschwerdekasten, der entfernt wurde.	weiß nicht	Es gibt einen Beschwerdekasten.	Nein
Haben die Beschäftigten diese Beschwerdewege genutzt?	Ja	Nein	Nein	Nein. Man verlässt den Betrieb, wenn es zu schlimm wird
Thema der Beschwerden	bewilligte Kündigung verweigert, zu lange Arbeitszeiten	keine	keine	keine
Gab es schon kollektive Aktionen?	Ja	Nein. Die meisten kündigen, wenn die Bedingungen zu schlecht werden	Nein	Nein
Gibt es im Betrieb eine Gewerkschaft?	Nein. Weiß nicht, wofür eine Gewerkschaft da ist.	Nein. Weiß nicht, wofür eine Gewerkschaft da ist.	Weiß nicht, wofür eine Gewerkschaft da ist.	Weiß nicht, wofür eine Gewerkschaft da ist.
Haben die Beschäftigten bei Beschwerden schon einmal die Gewerkschaft eingeschaltet?	Nein	Nein	Nein	Nein

heiten sind. Sie können auch nicht sagen, ob es schon Arbeitsunfälle oder Berufskrankheiten in ihrem Betrieb gegeben hatte. Aber es gelang ihnen, genauer darzustellen, wie es mit der Sicherheit in ihrem Betrieb bestellt ist:

Fabrik E: ArbeiterInnen, die Steckverbindungen montierten, verletzten sich häufig die Finger an irgendwelchen Maschinenteilen. Ihre Hände waren im Winter so trocken, dass sie rissig wurden und bluteten und heftig schmerzten, wenn man sich während der Arbeit an der Maschine verletzte. In der Elektroabteilung konnten die Beschäftigten Kontakt mit hautreizenden Mitteln wie Nitraten und Nitriten gar nicht vermeiden, und auch deren Geruch führte zu Atembeschwerden. Man erinnerte sich nicht an irgendwelche Unfälle im Betrieb, doch an KollegInnen, die beim Warentransport verletzt wurden, aber schnell wieder gesund wurden.

Fabrik G: Die befragten ArbeitnehmerInnen sind sich nicht sicher, was Berufskrankheiten sind und hatten auch noch nicht von solchen Fällen gehört. Ein/e GelegenheitsarbeiterIn, die BHs formte, äußerte sich besorgt über mögliche Risiken beim Bedienen der Maschine; sie fügte aber schnell hinzu, dass die Maschine nicht schnell laufe und es keine Probleme gebe, solange man nur ein bisschen aufpasse. Beschäftigte, die Kunststoff modellierten, erwähnten auch die sengende Hitze im Umkreis ihres Arbeitsplatzes, vor allem im Sommer.

ArbeitnehmerInnen bei H waren über den Staub an ihrem Arbeitsplatz besorgt.

Beschwerden und Gewerkschaft

Keine der vier Fabriken mit Ausnahme von G hat Kästen aufgehängt, die die Beschäftigten für Beschwerden nutzen können. Letztere wissen nicht, ob es in ihrem Betrieb eine Gewerkschaft gibt oder welchem Zweck sie dient. Die Mehrheit würde eher kündigen, wenn Lohn und Bedingungen insgesamt sich zu sehr verschlechtern, und glaubt nicht, dass eine Beschwerde etwas bewirkt. Einen Streik aufgrund extrem langer Arbeitszeiten und schlechter Bezahlung hat es 2008 in Fabrik E gegeben. Es habe aber wenig gebracht, da die ArbeitnehmerInnen nicht geschlossen aufgetreten seien und so ihre Verhandlungsstärke gravierend beeinträchtigt hätten. Die Beschäftigten von G wissen nichts von irgendwelchen Streiks im Betrieb, aber das heißt nicht, dass es keine Beschwerden gibt. Ihnen ist der Leistungsdruck durch Überstunden zu belastend, da sie oft sogar an den vorgeschriebenen freien Tagen in der Fabrik zur Arbeit erscheinen müssen, worauf sie manchmal mit einer gemeinsamen Verweigerung der Überstundenschicht reagieren und gar nicht erscheinen würden. Nach ihrer Aussage streicht die Geschäftsleitung die Essenzzuschüsse, wenn zu viele ArbeitnehmerInnen nicht zur Überstundenschicht erscheinen.

Tabelle 17:
Überprüfungsmechanismen/CSR

© 2010 SÜDWIND

	Fabrik E	Fabrik F	Fabrik G	Fabrik H
Hat Ihre Fabrik irgendeine Zertifizierung beantragt?	weiß nicht	Nein	weiß nicht	weiß nicht
Gab es Überprüfungen durch Abnehmer/Kunden?	Ja	Nein	Ja	Ja
Sprachen die Kunden während der Besichtigung mit den Beschäftigten?	Nein	Nein	Ja	Nein
Wurde den Beschäftigten von der Geschäftsleitung vorgeschrieben, wie sie den Kunden antworten sollten?	Ja	Nein	Ja	Nein

Überprüfungsmechanismen/ soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR)

Die Beschäftigten von E sagten, dass die Geschäftsleitung eine Schau abziehe, wann immer Abnehmer/Kunden zur Betriebsbesichtigung erscheinen. Wenn Kunden angemeldet seien, würden fingierte Mitteilungen an zentralen Standorten aufgehängt, in denen von 1800 RMB Lohn pro Monat – statt der tatsächlichen 1200 RMB – die Rede sei. Sie änderten auch die tatsächlich geleisteten 12 Arbeitsstunden pro Schicht in geschönte acht Stunden um. Die Besucher in Fabrik E hätten nicht direkt mit den Beschäftig-

ten gesprochen und anscheinend keine Ahnung, dass man ihnen etwas vormache. Auch in der Fabrik H sprach die Belegschaft nicht direkt mit Kunden und wurde dazu auch ihrer Erinnerung nach nicht aufgefordert. In der Fabrik G gab es ziemlich häufig Betriebsbesichtigungen von Kunden, und eine der Mitarbeiterinnen, die weniger als zwei Jahre im Betrieb war, hatte schon bei zwei Gelegenheiten auf Fragen der Kunden geantwortet. Die Kunden wählten Beschäftigte wahllos aus, um sie zu befragen, sodass sich die Geschäftsleitung veranlasst sah, die passenden Antworten der Beschäftigten vor dem Besuch einzuüben. Sobald die »gewünschten« Antworten gegeben würden, gebe es eine Belohnung von 100 RMB. Die in F befragten Beschäftigten

3.5 Übersicht über die Verletzungen chinesischer Arbeitsgesetze in

Tabelle 18: Verletzungen chinesischer Arbeitsgesetze in den untersuchten Betrieben/Standorten					
1	Namen der Betriebe ▶	Fabrik A	Fabrik B	Standort C	Standort D
		Sportschuhe Adidas-Zulieferer	Sportschuhe Adidas-Zulieferer	Cash&Carry Einkaufsmarkt der Metro	Cash&Carry Einkaufsmarkt der Metro
	Gesetze ▼				
2 Personalbeschaffung, Arbeitsverträge, Kündigung					
2a	unbefristete Beschäftigung nach zwei aufeinander folgenden befristeten Beschäftigungsverträgen (Arbeitsvertragsgesetz 2008)	keine unbefristete Beschäftigung auch nach zwei Zeitverträgen	keine unbefristete Beschäftigung auch nach zwei Zeitverträgen	keine unbefristete Beschäftigung auch nach zwei Zeitverträgen	
2b	schriftlicher Arbeitsvertrag			einige externe Arbeitskräfte unterschrieben keinen Vertrag	
2d	Kündigung	Schwierigkeiten bei der Bewilligung, leichter außerhalb der Saison	Erfolgreiche Kündigung abhängig von persönl. Beziehungen zur Teamleitung, sonst risikiert man Abzug von 10 Tagen Lohn.		

waren generell noch nicht lange im Betrieb und hatten bis dahin noch keine Betriebsbesichtigung von Kunden erlebt.

Zentrale Beschwerden der Beschäftigten

Am wenigsten zufrieden äußerten sich die ArbeitnehmerInnen an allen vier Standorten über Kündigungsschwierigkeiten, schlechte Bezahlung und extrem lange Arbeitszeiten. Da sie einen Stücklohn erhielten, hatten die Beschäftigten häufig keine andere Wahl als viele Stunden zu arbeiten, für die sie trotzdem keine Überstunden abrechnen konnten. An vorgeschriebenen

freien Tagen wurden sie überhaupt nicht bezahlt. Vor einiger Zeit hatten die Beschäftigten von Fabrik E deshalb gestreikt, um bessere Bedingungen zu erreichen. Weniger klassenbewusste ArbeiternehmerInnen, vor allem Einheimische aus Zhongshan, stimmten sogar der verdrehten Idee zu, dass unbezahlte Überstunden und Feiertagsarbeit schon in Ordnung gingen nach dem Prinzip »jeder kriegt, was er verdient«. In Fabrik E erhielten die zugewanderten Beschäftigten merkwürdigerweise nicht alle Leistungen, die im Stellenangebot angegeben worden waren, während die einheimischen Arbeitskräfte der gleichen Fabrik zum Ärger der Zugewanderten generell freundlicher behandelt wurden.

den untersuchten Betrieben bzw. Standorten

© 2010 SÜDWIND			
Fabrik E	Fabrik F	Fabrik G	Fabrik H
Wasserkessel Zulieferer von Aldi/ Globaltronic	Kochgeschirr Aldi/Medion- Zulieferer	Sport-BHs Zulieferer von Aldi/Güldenpfennig	Hemden Zulieferer von Aldi/Florett
keine unbefristete Beschäftigung auch nach zwei Zeitverträgen			
	keine Kopie des Arbeitsvertrages an die Beschäftigten	schriftliche Verträge nur für einige Beschäftigte	keine Kopie des Arbeitsvertrages an die Beschäftigten
Sehr schwierig zu kündigen: einige versuchten es vier, fünf Mal, Kündigung wurde nicht angenommen. Selbst wenn die Kündigung angenommen wird, Abzug von 300 RMB „Ausbildungsgebühr“.	Schwierigkeiten, in der Hochsaison zu kündigen.	Schwierigkeiten, in der Hochsaison zu kündigen.	Schwierigkeiten, in der Hochsaison zu kündigen.

3 Arbeitszeiten und Überstundenbezahlung					
3a	Überstunden nie länger als 3 Std./Tag und 36 Std./Monat	Überstunden 3 Std./Tag = 92 Std./ Monat (20x3 + 4x8)	Überstunden 3 Std./Tag = 92 Std./ Monat (20x3 + 4x8)		
3b	Überstundentarif 150%/200%/300% des regulären Lohns				
4 Diskriminierung und Ungerechtigkeiten					
4a	Schwangerschaft und Verbot körperlich schwerer Arbeit		Überstunden möglich auch bei Schwangeren		
4b	bezahlter Mutterschaftsurlaub			kein bezahlter Mutterschaftsurlaub für externes Verkaufspersonal	kein bezahlter Mutterschaftsurlaub für externes Verkaufspersonal
5 Kinderarbeit und Arbeit Jugendlicher					
	Verbot von Kinderarbeit (bis zum Alter von 16) & Schutz jugendlicher Beschäftigter (16–18 Jahre)	kein besonderer Schutz jugendlicher Beschäftigter, die eingestellt werden können.	Kinder mit falschen Ausweisen können eingestellt werden. Kein besonderer Schutz jugendlicher Beschäftigter und keine regelmäßigen Gesundheitschecks		
6 Sozialversicherung					
	Sozialversicherung vorgeschrieben für Altersversorgung, gegen Krankheit, Arbeitslosigkeit, bei Schwangerschaft etc		nur für Beschäftigte unter 35 Jahren	bei externem Personal nur für einige	bei externem Personal nur für einige

3.6 Unternehmensstellungennahmen und Kommentare

3.6.1 Stellungnahme von Adidas und Kommentar

(Stellungnahme von Adidas siehe Seite 48)

Kommentar:

SÜDWIND und das Ökumenische Netz Rhein Mosel Saar respektieren die Haltung ihrer chi-

nesischen PartnerInnen, die Autorenschaft des Untersuchungsberichts und die Namen der interviewten Beschäftigten anonym zu halten. Da das Recht auf freie Meinungsäußerung in China nicht gewahrt ist, wäre eine gegenteilige Vorgehensweise mit erheblichen Risiken für die Beteiligten verbunden gewesen. Dieser grundlegende Tatbestand bleibt auch angesichts der Ausnahmen gültig, die Adidas für sich rekla-

4 Überstunden/Tag und 112 Stunden/Monat, inkl. Wochenenden (20x4 + 4x8)	bis zu 4 Überstunden/Tag = 120 Std./Monat (für viele 30x4 Std.)	4 Überstunden/Tag = 116 Std./ Monat für die meisten (29x4)	bis zu 5 Überstunden/Tag = 130 Std./Monat (26 x 5)
keine Überstundenbezahlung bei Akkordarbeit	keine Überstundenbezahlung bei Akkordarbeit	Überstundenbezahlung nicht nach Gesetz	Überstundenbezahlung nicht nach Gesetz
Im Prinzip ein Monat, aber niemand hat ihn bisher genommen.	kein bezahlter Mutterschaftsurlaub, und weibliche Beschäftigte kündigen	kein bezahlter Mutterschaftsurlaub, und weibliche Beschäftigte kündigen	kein bezahlter Mutterschaftsurlaub, und weibliche Beschäftigte kündigen
	Kinder mit falschen Ausweisen können eingestellt werden. Sie leisten ebenso Überstunden ab.	Kinder als GelegenheitsarbeiterInnen, ausgewiesen als Lehrlinge.	
für die Mehrheit keine Sozialversicherung; nur Einheimische sind versichert	Beschäftigte sind nicht sozialversichert	Beschäftigte sind nicht sozialversichert	Beschäftigte sind nicht sozialversichert

miert. Obwohl zahlreiche ForscherInnen in den vergangenen Jahren Namen von Beteiligten anonymisiert haben, konnten Unternehmen dennoch Arbeitsrechtsverletzungen bei ihren Zulieferern identifizieren. Mit der Anonymisierung soll auch der exemplarische Charakter der Untersuchung und die Notwendigkeit struktureller Veränderungen bei der globalen Beschaffung von Unternehmen – über die Einzelfallbehand-

lung von Fabriken hinaus – in den Vordergrund gerückt werden.

Der bei chinesischen Adidas-Zulieferern seit vielen Jahren kritisierte Verstoß durch exzessive Überstunden bleibt in der vorliegenden Stellungnahme von Adidas unerwähnt. Er resultiert aus Preis- und Lieferdruck sowie niedrigen Löhnen, die die Beschäftigten in eine Zwangslage bringen.



Stellungnahme zur Publikation von SÜDWIND über Arbeitsbedingungen bei Zulieferbetrieben des adidas Konzerns in der Provinz Fujian/China

08. Juni 2010

Das SÜDWIND Institut für Ökonomie und Ökumene hat zusammen mit einer Partnerorganisation in China einen Bericht über Arbeitsbedingungen bei zwei Zulieferbetrieben des adidas Konzerns in der Provinz Fujian herausgegeben. Dabei handelt es sich um die Zulieferbetriebe *Framas* als Komponentenlieferant für Sportschuhe sowie den Zulieferbetrieb *Ching Luh* als Schuhkonfektionär. Der Bericht thematisiert in einigen Bereichen Mängel in der Einhaltung internationaler Arbeitsstandards.

Als internationales Unternehmen begrüßen wir den Dialog mit Organisationen der Zivilgesellschaft und wertschätzen Hinweise von Organisationen und Einzelpersonen über Arbeitsbedingungen in Zulieferbetrieben, sofern diese konkret und durch Fakten belegbar sind. Wir nehmen diese ernsthaft zum Anlass, intensive Prüfungen in den Betrieben durchzuführen, um etwaige Probleme zu verifizieren und entsprechend an das Fabrikmanagement adressieren zu können.

Wir bedauern, dass das SÜDWIND Institut nicht bereit gewesen ist, uns Informationen über die Verfasser sowie das Zustandekommen des Berichts zu geben. Dies hätte es uns ermöglicht, mit den betreffenden Personen unter uneingeschränkter Zusicherung der notwendigen Vertraulichkeit in Kontakt zu treten, und die Ergebnisse des Berichts konkret zu analysieren, um zielgerichtete Maßnahmen zu ergreifen. Der sensible, vertrauensvolle und umsichtige Umgang des adidas Konzerns mit solchen Themen findet bei vielen lokalen Organisationen hohe Anerkennung.

Die Entwicklung von Unternehmensleitlinien bezüglich sozialer Mindeststandards, der Arbeitssicherheit sowie des Gesundheits- und Umweltschutzes und deren Überwachung in den Zulieferbetrieben des adidas Konzerns ist fester Bestandteil unserer globalen Unternehmenspolitik. Der adidas Konzern hat sich einen eigenen Verhaltenskodex, die „Workplace Standards“ auferlegt, für dessen Überwachung ein eigenes hierfür bestelltes internationales Expertenteam verantwortlich ist.

Die „Workplace Standards“ orientieren sich an den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (IAO) und folgen dem Verhaltenskodex des Weltverbandes der Sportartikelindustrie (WFSGI). Die Standards enthalten klare Verhaltensregeln hinsichtlich umwelt- und gesundheitsverträglicher Arbeitsbedingungen, einer angemessenen Entlohnung und Koalitionsfreiheit, der Unterbindung extremer Überstunden und Zwangs- und Kinderarbeit sowie dem Schutz vor Diskriminierung.

Wir erwarten von unseren Geschäftspartnern, dass sie Aktionspläne zu laufender Verbesserung betrieblicher Arbeitsbedingungen entwickeln. Die Umsetzung dieser Pläne wird von den Geschäftspartnern selbst, unserem eigenen Team und externen, unabhängigen Teams überwacht. Neben unserem internen Experten-Team legen wir Wert auf eine unabhängige Prüfung durch Dritte. Deshalb sind wir bereits im Jahr 1999 der Fair Labor Association (FLA) in den USA beigetreten, einer Organisation ohne Erwerbscharakter, bestehend aus Privatunternehmen, regierungsunabhängigen Organisationen und Universitäten.

Auf der Grundlage der uns übermittelten Informationen werden wir Maßnahmen ergreifen, die in dem Bericht aufgeführten Probleme zu prüfen.

3.6.2 Stellungnahme von Metro und Kommentar



Düsseldorf, den 15.06.2010

Arbeitsbedingungen in unseren Märkten in China

Das SÜDWIND Institut hat uns dankenswerter Weise die Möglichkeit gegeben, zu seinem Bericht über die Arbeitsbedingungen in zwei unserer Metro Cash & Carry-Märkte in China Stellung zu nehmen. Die METRO GROUP bekennt sich zu den Normen der internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und setzt diese auch soweit wie möglich in ihren Märkten in China um.

Der Service für unsere Kunden und damit der Erfolg unseres Geschäfts stehen und fallen mit der Ausbildung und Motivation unserer Mitarbeiter. In China gibt es einen Mangel an qualifizierten Mitarbeitern. Die METRO GROUP hat daher bereits vor einigen Jahren mit ihrem House of Training in Shanghai einen Rahmen geschaffen, Mitarbeiter in China aus- und weiterzubilden und sie somit auch langfristig ans Unternehmen zu binden. Dies ist jedoch nicht immer auch das Interesse der Mitarbeiter selber. Insbesondere in unserem Markt in Guangzhou sind zahlreiche so genannte Wanderarbeiter beschäftigt, die nach einer begrenzten Zeit zu ihren Familien zurückkehren.

- 1. Entlohnung unserer Mitarbeiter:** Unsere Personalpolitik erfüllt die Anforderungen der Arbeitsgesetzgebung der Volksrepublik China. Zusätzlich zu dem jeweiligen Grundgehalt bieten wir unseren Mitarbeitern freiwillige Zusatzleistungen, die über die gesetzlichen Anforderungen hinaus gehen: zusätzlicher Jahresurlaub, Kranken/Sozialversicherung oder freie Verpflegung. 2009 wurde unserer gesamten Belegschaft zusätzlich zum Grundlohn ein halbes Monatsgehalt bewilligt. Im Abschnitt 6. des Berichts loben die Mitarbeiter ausdrücklich die hervorragenden Regelungen der METRO GROUP zur Sozialversicherung.
- 2. Arbeitsverträge:** Nichtleitende Angestellte erhalten bei uns generell einen 3-Jahres Vertrag. Wird dieser Vertrag zum dritten Male verlängert, so wird er automatisch in einen unbefristeten Vertrag umgewandelt. Das neue Arbeitsvertragsgesetz der VR China ist in unserem Mitarbeiter-Handbuch festgeschrieben und wird von der Gewerkschaft vor Ort mitgetragen. Sogar die chinesische Regierung erkannte uns als hervorragendes Beispiel für die Anwendung des neuen Arbeitsgesetzes an.
- 3. Löhne und Arbeitszeiten:** Die Entlohnung, die Einteilung der Arbeitszeiten sowie der allgemeine Rahmen für das Arbeitsverhältnis folgen einer Leitlinie, die in unserem gesamten Unternehmen in China einheitlich umgesetzt wird. Wir wenden hier eine Standardrichtlinie an, die den nationalen Arbeitsgesetzen entspricht.
- 4. Diskriminierung und Ungerechtigkeiten:** Die METRO GROUP bietet als »Equal Opportunity Employer« allen Mitarbeitern ungeachtet ihres Geschlechts oder Alters Chancengleichheit. Das Durchschnittsalter unserer Belegschaft in China beträgt 31 Jahre und liegt damit nur knapp unter dem Durchschnittsalter der gesamten Bevölkerung Chinas von 35,2 Jahren.
- 5. Kinderarbeit:** In Abschnitt 5 des Berichts wird ausdrücklich festgestellt, dass es in beiden Märkten keine Kinderarbeit gibt. Die Mutmaßung, bei Personalknappheit würde die METRO GROUP in Bezug auf das externe Verkaufspersonal den Einsatz von Kindern erwägen, entbehrt jeglicher Grundlage!
- 6. Schulungen der Mitarbeiter:** Die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter ist uns ein großes Anliegen, aber auch für unseren Geschäftserfolg von Bedeutung. Daher freuen wir uns sehr, dass der Bericht unsere umfangreichen Maßnahmen zur Qualifizierung unserer Mitarbeiter würdigt.
- 7. Arbeitssicherheit:** Unsere Mitarbeiter erhalten Schulungen zu den Themen Arbeits- und Brandschutz. Die Mitarbeiter vor Ort können über keine gravierenden Arbeitsunfälle berichten. Das konkret abrufbare Wissen der Mitarbeiter vor Ort entspricht dem, was auch eine Befragung in Deutschland vermutlich ergeben würde.

8. Beschwerden und Gewerkschaft: Die METRO GROUP engagiert sich seit vielen Jahren aktiv im sozialen Dialog mit den Gewerkschaften und ist im regelmäßigen Gespräch mit der internationalen Gewerkschaft UNI Commerce. Auch in China gibt es seit vielen Jahren einen guten Kontakt mit den Gewerkschaften. Metro Cash & Carry China wurde von der »Chinese National Labor Union« als Best-Practice Beispiel für das duale Management-Modell ausgezeichnet.

Die Geschäftsführung greift nicht in die Arbeit der Gewerkschaft ein. Wir bieten der Gewerkschaft sogar die Möglichkeit, unsere internen Kommunikationskanäle, wie das Mitarbeitermagazin (wir haben eine regelmäßige Kolumne zu den Gewerkschaften) und das Intranet zu nutzen, um ihre Mitteilungen zu kommunizieren und über ihre Arbeit zu berichten.

Der monatliche Gewerkschaftsbeitrag von 2 RBM per wird durch einen finanziellen Beitrag des Arbeitgebers ergänzt. Über die Verwendung der Gelder entscheidet ausschließlich die Gewerkschaft, die darüber einen Rechenschaftsbericht ablegen muss.

Metro Cash & Carry China beschäftigt Vollzeit einen Compliance Officer, der für alle Mitarbeiterbeschwerden zuständig ist. Die Mitarbeiter werden regelmäßig darüber informiert, wie sie den Compliance Officer per Email oder Telefon erreichen können.

Christine Bossak
Metro Group
Metro AG
Corporate Relations – Nachhaltigkeit und Umwelt
Schlüterstr. 1, 40235 Düsseldorf
Tel: +49 (211) 6886–1285
Fax: +49 (211) 6886–1840
E-Mail: bossak@metro.de

Kommentar:

Mit wenigen Ausnahmen bescheinigt der Untersuchungsbericht den beiden Metro-Cash & Carry-Märkten relativ gute Arbeitsbedingungen für die eigenen Angestellten. Eine Ausnahme betrifft den Verstoß gegen die gesetzliche Vorschrift einer Entfristung von MitarbeiterInnen nach zwei aufeinander folgenden Arbeitsverträgen – ein Tatbestand, dem Metro in der vorliegenden Stellungnahme widerspricht.

Leider äußert sich Metro fast durchgängig nicht zu den Untersuchungsergebnissen über die Arbeitsbedingungen externer Beschäftigter wie z.B. dem Verkaufspersonal, die in beiden Märkten die Mehrheit der Arbeitskräfte stellen. Eine Ausnahme macht Metro bei der Aussage des Berichts über mögliche Kinderarbeit beim Verkaufspersonal, was das Unternehmen zurückweist. Laut Bericht gibt es beim externen Verkaufspersonal Verstöße gegen das Recht weiblicher Beschäftigter auf Mutterschaftsurlaub und gegen generelle Verpflichtungen zu sozia-

lem Schutz. Obwohl externe Beschäftigte der beiden Cash & Carry-Märkte nicht unmittelbar bei Metro angestellt sind, arbeiten sie dennoch de facto für das Unternehmen, das einen finanziellen Nutzen aus ihrem mangelnden Sozialschutz zieht. Insofern kommt dem Unternehmen auch eine Sozialverantwortung für sie zu. Hier handelt es sich um ein Beispiel für die weltweit zu beobachtende Prekarisierung von Beschäftigung durch das System des Outsourcens vor allem im Dienstleistungssektor.

Bzgl. des Rechts der Beschäftigten auf Versammlungsfreiheit und Kollektivverhandlungen ist zutreffend, dass der Untersuchungsbericht keine Verstöße gegen das chinesische Arbeitsrecht festgestellt hat. Jedoch handelt es sich bei chinesischen Gewerkschaften nicht um freie, unabhängige Gewerkschaften nach der völkerrechtlichen Definition der Internationalen Arbeitsorganisation, zu der sich Metro über seine Mitgliedschaft in der Business Social Compliance Initiative verpflichtet hat.

3.6.3 Stellungnahme von Aldi und Kommentar

ALDI Einkauf
Unternehmensgruppe ALDI SÜD

Burgstraße 37
45476 Mülheim an der Ruhr
Telefon +49 208 9927-0



Mülheim an der Ruhr, 11. Juni 2010

Telefon +49 208 9927-229
Telefax +49 208 9927-3610

RR/JAD

ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG - Postfach 10 01 52 - 45401 Mülheim an der Ruhr

SÜDWIND Institut für Ökonomie und Ökumene
z.H. Ingeborg Wick
Lindenstr. 58-60
53721 Siegburg

-11 Seiten vorab per Fax +49 2241-51308-

Ihre E-Mail vom 04.06.2010
Geplante SÜDWIND-Hintergrundpublikation

Sehr geehrte Frau Wick,

vielen Dank für Ihre E-Mail und die damit verbundene Anfrage zu den Arbeitsbedingungen bei vier Zulieferbetrieben von ALDI.

Wir bedanken uns dafür, dass Sie uns vor der geplanten Publikation Anfang Juli 2010 die Gelegenheit zu einer Stellungnahme geben. Gleichzeitig kündigen Sie an, zu einem späteren Zeitpunkt bezüglich einer Gesprächsanfrage auf uns zuzukommen.

Wie bereits in der Vergangenheit ausgeführt, ist es uns auf Grund der Anzahl an Produktionsstätten, mit welchen unsere Lieferanten für Aufträge an unser Haus zusammenarbeiten, anhand der vagen Beschreibung der vier Betriebe in Ihrem Kapitel 3.4 nicht möglich herauszufinden, um welche es sich dabei tatsächlich handelt.

Die von Ihnen angesprochenen Missstände sind bedauerlicherweise in zahlreichen Fertigungsstätten Realität. In unserem Schreiben vom 14.05.2007 hatten wir angekündigt, im Dialog mit unseren Lieferanten Prozesse und Strukturen zur Einhaltung und Kontrolle nachhaltig verbesserter Arbeitsbedingungen in der Textil- und Bekleidungsindustrie zu entwickeln. Insofern arbeiten wir im Rahmen unseres Social Monitoring Programs (SMP) in Bezug auf die für die Fertigung von ALDI SÜD Artikel eingesetzten Produktionsstätten gemeinsam mit unseren Lieferanten an der Behebung unzureichender Sozial- und Arbeitsstandards.

Anknüpfend an unser Engagement in der BSCI konnten wir in den bereits integrierten Warengruppen alle relevanten Lieferanten dazu bewegen, sich ebenfalls der BSCI anzuschließen. Alle Lieferanten erhielten eine Haus interne Schulung zum gesamten BSCI-Prozess der Unternehmensgruppe ALDI SÜD. Dieser ist anhand quantitativer und qualitativer Quoten aufgebaut, welche strenger als die der BSCI sind. Im SMP betrachten wir über die 200 BSCI-Mitglieder hinaus auch alle Lieferanten, welche nach Definition der BSCI in sog. Nicht-Risikoländern fertigen, um einen möglicherweise eintretenden Wechsel der Fertigung in ein sog. Risikoland festzustellen und den jeweiligen Lieferanten zeitnah in unser Programm zu integrieren.

In unserem Prozess, den wir Ihnen bereits seit dem Jahre 2007 in Auszügen schildern, integrieren wir über den Textil- und Heimtextilbereich hinaus weitere Non Food-Warengruppen sukzessive in den Qualifizierungs- und Auditierungsprozess. Der zeitliche Ablauf dafür wird anhand einer Risikoeinschätzung des jeweiligen Fertigungsprozesses sowie der jeweiligen Branche festgelegt.

ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG - Burgstraße 37 - 45476 Mülheim an der Ruhr - Offene Handelsgesellschaft eingetragen Registergericht: Amtsgericht Duisburg - HRA 8577
 Geschäftsführende Gesellschafterin: ALDI Einkauf GmbH, Duisburg - Registergericht: Amtsgericht Duisburg - HRB 2792 - Geschäftsführer: Markus Baller, Ralf Borbet, Dr. David Godtschalck,
 Reiner Hochkipf, Wolfgang Säbele, Martin Thiesing - Weitere Gesellschafter: Sämtliche ALDI GmbH & Co. Kommanditgesellschaften der Unternehmensgruppe ALDI SÜD
 Bankverbindung: HSBC Trinkaus & Burkhardt AG Düsseldorf - BLZ 300 308 80 - Konto-Nr. 3 0100 4001 - IBAN: DE07 3003 0880 0301 0040 01 - BIC: SWIFT-Code: TUBD3333

Wenngleich unsere Bemühungen, entsprechend der Möglichkeiten als Unternehmen der freien Wirtschaft, auf soziale Missstände zu reagieren durchaus konsequent sind, ist uns bewusst, dass diese sich stetig weiterentwickeln müssen. Wir möchten jedoch auch darauf hinweisen, dass die Gesamthematik eine gesellschaftspolitische Dimension aufweist, auf die wir als Unternehmen nur sehr geringen Einfluss nehmen können. Hier sind politische Akteure gleichermaßen in die Pflicht zu nehmen und realistische Forderungen gegenüber Unternehmen zu stellen.

Wie in der Vergangenheit angekündigt, ist unsere international abgestimmte ALDI Corporate Responsibility-Policy (kurz CR-Policy) zwischenzeitig im Unternehmen implementiert und allen Lieferanten zur Kenntnis gebracht worden. Im Rahmen der CR-Policy haben wir unser ganzheitliches Verständnis von unternehmerischer Verantwortung definiert. Als grundlegend erachten wir, dass sich unsere Verantwortung „auf unser unmittelbares Handeln sowie auf dessen Auswirkungen“ bezieht und wir Verantwortung daher „als integralen Bestandteil unserer unternehmerischen Entscheidungsprozesse“ verstehen. So werden beispielsweise das BSCI-Engagement eines Lieferanten und der Auditstatus einer Produktionsstätte in die Kaufentscheidung mit einbezogen.

Wir orientieren unser Handeln an den Grundwerten „Konsequenz, Einfachheit und Verantwortung“ und dies in den Bereichen „Verbraucher“, „Lieferanten“, „Ressourcenmanagement“, „Betriebsabläufe“ und „Unsere Mitarbeiter“. Insofern möchten wir zum Ausdruck bringen, dass wir unsere Lieferanten über die nach unserer Auffassung einzuhaltenden Regeln und Werte informiert halten, jedoch nicht für die vollumfängliche Einhaltung aller Akteure entlang der Lieferkette verantwortlich gemacht werden können.

Für weiteres Interesse an unserer CR-Policy stellen wir Ihnen diese anbei gerne zur Verfügung. Für unsere Kunden ist diese darüber hinaus unter www.aldi-sued.de im Themenbereich Unternehmen unter dem Stichwort „Verantwortung“ einsehbar.

Vor einer Veröffentlichung würden wir gerne mehr über Ihre Arbeit und Vorgehensweise bei der Studie erfahren. Darüber hinaus ist es Ihnen vielleicht möglich, in einem Gespräch hier bei uns in Mülheim an der Ruhr, konkreter auf die Missstände vor Ort einzugehen. Gerne schildern wir Ihnen dann unsere Vorgehensweise in Bezug auf die Zielsetzung der Einhaltung von Arbeits- und Sozialstandards entlang der Lieferkette sowie unser Verantwortungsverständnis als Unternehmensgruppe ALDI SÜD.

Im Anschluss an ein solches Hintergrundgespräch möchten Sie Ihren Eindruck vom Umgang mit dieser Thematik im Hause ALDI SÜD vielleicht in Ihre Veröffentlichung integrieren. Wir erhoffen uns von einer solchen Vorgehensweise, Ihnen veranschaulichen zu können, wie unsere Einkaufsprozesse funktionieren und welche Ihrer Forderungen daher als realistisch einzustufen sind.

Wir schlagen KW 25/KW26 für einen Termin vor und würden uns freuen, Sie in unserem Hause begrüßen zu dürfen. Wir hoffen Ihnen mit diesen Worten verdeutlicht zu haben, dass wir uns der komplexen Problematik der Einhaltung von Arbeits- und Sozialstandards in Fertigungsbetrieben in sog. Risikoländern aktiv und unseren Möglichkeiten entsprechend stellen.

Mit freundlichen Grüßen

ALDI Einkauf
-Qualitätswesen

ppa.
Ralf Thomas Reichrath

Anlage

Seite 2/2

i.V.
Julia Adou

Kommentar:

Obwohl Aldi mit der Veröffentlichung seiner »Corporate Responsibility-Policy« eine neue Stufe in der Politik der Sozialverpflichtung gegenüber weltweiten Lieferanten reklamiert, bleiben wesentliche Defizite seit 2007 bestehen: Aldi hat sich in der Auswahl der einzuhaltenden Sozialstandards zwar weiterentwickelt, aber nicht auf die entsprechenden Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation festgelegt. Kernprobleme wie die fehlende Umsetzung des Völkerrechts auf Gewerkschaftsfreiheit in China, dem Hauptlieferland seiner Aktionswaren, klammert Aldi aus. Auch sieht Aldi seinen Einfluss gegenüber Lieferanten als sehr gering an und akzeptiert keine finanzielle Hauptverantwortung, die multinationale Unternehmen bei der Beschaffung arbeitsintensiver Industriewaren gegenüber Beschäftigten und Produzenten haben. Ebenso verschließt sich Aldi nach wie vor einem unabhängigen Kontrollsystem bei der Überwachung seiner Beschaffung.

Dennoch benennt Aldi klar die krassen sozialen Missstände bei den Zulieferern und unterstreicht seine Lernbereitschaft bei Verbesserungsschrit-



Crane Sportbekleidung für Aldi in der südchinesischen Zulieferfabrik Quanxin Knitting, Foto: Roland Müller-Heidenreich

ten. Es bleibt zu hoffen, dass sich Aldi den Kernbereichen einer globalen Sozialverpflichtung zukünftig nicht weiter verschließt (s. Kapitel 7).

Südchinesische Aldi-Zulieferfabrik Quanxin Knitting, Foto: Roland Müller-Heidenreich



4. Adidas – Impossible is nothing? Profil eines Weltkonzerns

Bei jedem großen Sportereignis wird es sichtbar: Sport ist ein großes Geschäft, in dem es auch um den Wettbewerb zwischen wenigen ganz großen Sportartikelherstellern geht. Adidas ist einer von diesen ganz Großen, die in der ganzen Welt bekannt sind. Nach dem US-Konzern Nike ist die Adidas-Gruppe, zu der der US-amerikanische Sportartikelhersteller Reebok und die führende Golfmarke TaylorMade gehören, unangefochten die Nummer 2 im globalen Sportgeschäft.

Im Sportgeschäft scheinen andere Gesetze zu gelten als in weiten Bereichen des Handels, die seit Jahren von der wachsenden Dominanz der Discounter und einem Trend zum Billig-Einkauf geprägt werden. Gegenläufig zu dieser Tendenz spielt im Handel mit Sportschuhen, -bekleidung und -artikeln die Marke die entscheidende Rolle. So formuliert adidas als Marketing-Strategie das Ziel »Marken (zu, S.F.) entwickeln, an die unsere Kunden glauben« (*Adidas 2009a*). Über offensive Werbung mit berühmten Sportidolen sollen KundInnen von der Überlegenheit der eigenen

Marke überzeugt und zum Kauf der jeweiligen Produkte trotz hoher Preise bewogen werden. Gelingt diese Strategie wie bei Adidas, Nike, aber auch McDonalds oder Coca Cola, so kann der Markenwert bei ca. 70% des Unternehmenswertes liegen (*Grimm 2008, S. 29*). Aus der Marke wird ein Mythos, der den KundInnen suggeriert, durch den Kauf des Markenprodukts hätten sie Teil am Erfolg und an der »Unsterblichkeit« ihrer Idole.

Anders als im »Geiz ist geil« – Segment scheint ein hoher Preis geradezu notwendig zum besonderen Image der Sportmarken zu gehören. Die Strategie der großen Sportkonzerne, ihre Marken über einen hohen Werbeaufwand und Sponsoring erfolgreicher SportlerInnen zu etablieren, ist ertragreich fürs Geschäft: Wenige »Giganten« bleiben übrig, beherrschen den Markt und können mit enormer Verhandlungsmacht Lieferwege und -zeiten sowie Preise bestimmen.

Adidas steht in diesem großen Geschäft zur Zeit – trotz Einbrüchen, bedingt durch die Weltwirtschaftskrise – auf der Gewinnerseite.

Historie Adidas

1924–1948

Produktion von Sportschuhen in der »Gebrüder Dassler Schuhfabrik« in Herzogenaurach durch Rudolf und Adolf Dassler. 1928 tragen SportlerInnen erstmals Dassler Schuhe bei einer Olympiade. 1932 durchläuft Adolf Dassler eine einjährige Ausbildung an der 1927 gegründeten staatlichen Schuhfachschule Pirmasens. 1936 gewinnt Jesse Owens bei der Olympiade in Berlin in Dassler-Schuhen 4 Goldmedaillen. 1948 wird die Sportschuhfabrik Gebr. Dassler aufgelöst, worauf Rudolf Dassler Puma und Adolf Dassler Adidas gründet.

1949

Gründung der Adolf Dassler adidas Sportschuhfabrik mit 47 MitarbeiterInnen

1956

Lizenzfertigung in Norwegen

1958

Verlagerung von Teilen der Produktion nach Scheinfeld, Deutschland

1959

Produktionsbeginn in Dettwiller, Frankreich, unter Leitung von Horst Dassler, Adolf Dasslers Sohn

1960er

1960 hat Adidas 500 MitarbeiterInnen und beginnt 1963 mit der Produktion von Bällen und 1967 von Sporttextilien. In der Folge wird Adidas größter Sportartikelhersteller der Welt.

1971

Adidas vergibt als erster internationaler Händler Aufträge für Sportschuhe nach Taiwan.

1975

In 17 Ländern werden pro Tag 130.000 Paar Adidas-Schuhe hergestellt.

1977

Produktionsstätten in 19 Ländern fertigen 180.000 Paar Adidas-Schuhe pro Tag.

1978

Tod von Adolf Dassler und Übernahme der Geschäfte durch seine Frau Käthe.

1982

Produktion von 280.000 Paar Schuhe pro Tag; in Herzogenaurach arbeiten 852 Adidas-MitarbeiterInnen.

1983

Adidas ist Weltmarktführer unter den Sportschuhproduzenten

1984

Tod von Käthe Dassler und Übernahme der Geschäfte durch Sohn Horst.

1986

Weltweit 12.000 Beschäftigte, davon knapp 1000 in Herzogenaurach

1987

Produktion von 65 Mio. Paar Schuhen; noch rund ein Drittel der Produkte wird in Deutschland gefertigt; Tod von Horst Dassler; Vorstandsvorsitzender wird René C. Jäggi; Personalabbau, die Produktion in Deutschland wird aufgegeben; Straffung der Palette; der Anteil der Eigenfertigung sinkt.

1988

Drastische Reduktion der Schuhproduktion in Klagenfurt/Österreich, wo Anfang der 1980er Jahre noch 1000 Menschen für Adidas arbeiteten.

1989

In Herzogenaurach arbeiten 960 MitarbeiterInnen; die Firma schreibt Verluste.

1989

Umwandlung des Konzerns in eine Aktiengesellschaft in Familienbesitz. Nike löst adidas als Weltmarktführer ab.

1990

Die Schuhproduktion in Klagenfurt/Österreich wird eingestellt. Die Töchter Adolf Dasslers verkaufen ihre Firmenanteile an Bernhard Tapie.

1991

Der Umsatz halbiert sich gegenüber dem Vorjahr; Einführung von adidas Equipment.

1992

Hoher operativer Verlust; Gilberte Beaux übernimmt im Auftrag der Bank Crédit Lyonnais den Vorsitz des Aufsichtsrats; Einführung von Streetball.

1993

Eine Investorengruppe übernimmt die Kontrolle und setzt Robert Louis-Dreyfus als Vorsitzenden des Unternehmens ein.

1995

Adidas geht an die Börse

1997

Übernahme der Salomon-Gruppe, zu der auch die Golfmarke TaylorMade gehört, und Umbenennung in adidas-Salomon AG

1998

Ausgliederung von TaylorMade aus der Salomon-Gruppe und Zusammenlegung mit adidas golf; die adidas-Aktie wird in den DAX aufgenommen

1999

Adidas wird fünfzig und überschreitet mit einem Umsatz von 10,471 Mio. DM erstmals die 10 Mrd. DM Umsatzschwelle.

2000

Adidas wird in den Dow Jones Sustainability Index (DJSI) aufgenommen, den ersten globalen Aktienindex für nachhaltigkeitsorientierte Unternehmen. Umsatz von 5,8 Mrd. €

2001

Herbert Hainer wird Nachfolger von Robert Louis-Dreyfus; die ersten Original Stores in Berlin und Tokio und die ersten Megastores in Paris und Amsterdam werden eröffnet; der Umsatz steigt auf 6,1 Mrd. €; in Herzogenaurach arbeiten 1800 MitarbeiterInnen.

2002

In Portland wird die neue Nordamerika-Zentrale des Konzerns eröffnet; der Umsatz steigt auf 6,5 Mrd. €.

2003

Eröffnung weiterer Original Stores und Factory Outlets; Umsatz steigt währungsbereinigt um 5% und liegt bei 6,3 Mrd. €.; Konzerngewinn steigt um 14% auf 260 Mio. €.

2004

Start der Markenkampagne mit dem Slogan »Impossible is Nothing«. 2004 ist für die adidas-Salomon AG ein weiteres Rekordjahr. Die Rohertragsmarge erreicht 47,2%, der Gewinn kann um 21% gesteigert werden, und der Umsatz steigt um 7% auf 6,5 Mrd. € an. In der Kategorie Fußball klettert der Umsatz um mehr als 20% auf über 900 Mio. €.

2005

Salomon wird (ohne TaylorMade) an ein finnisches Unternehmen verkauft; währungsbereinigte Steigerung des Konzernumsatzes um 12%

2006

Reebok International Ltd. wird übernommen und die adidas-Salomon AG in adidas AG umbenannt; Rekordumsatz im Fußballsegment mit 1,2 Mrd. € (+ 30% gegenüber 2005)

2007

Ausrichtung der Produkte in zwei zentrale Segmente: Sport Performance und Sport Style; Umsatz von 10,3 Mrd. €; Gewinn von 551 Mio. €

2008

Produktion von 221 Mio. Paar Schuhe; Umsatz von 10,8 Mrd. € und Gewinn von 642 Mio. €

2009

Adidas feiert 60 jähriges Jubiläum; Produktion von 171 Mio. Paar Schuhe; der Umsatz liegt bei 10,38 Mrd. € und damit währungsbereinigt 6% niedriger als 2008; Gewinn von 245 Mio. €

(Quellen: www.adidas-group.com; *Sprinten in Weltmarktschuhen*, DGB-Materialien 51, S. 25)

Ein gigantischer Markt

Der Handel mit Sportschuhen und -bekleidung ist Teil des globalen Schuhhandels bzw. des Welt-handels mit Textilien und Bekleidung. Der globale Umsatz von Textilien und Bekleidung lag im Jahr 2007 bei 583 Mrd. US-\$ (dies entsprach 4,2% Anteil am Weltwarenhandel) (*Wick 2009b, S. 16*), der globale Schuhmarkt wird 2010 voraussichtlich bei einem Wert von 192 Mrd. US-\$ für 13,9 Mrd. Paar Schuhe liegen (*AndhraNews 2007*).

Ende 2005 lag der Wert des globalen Sportartikel- und -bekleidungsmarktes bei 74 Mrd. US-\$. Nike und Adidas dominierten mit zusammen mehr als 60% den Sportschuhmarkt und beherrschten mit 18% den Sportbekleidungs-markt. Puma kontrollierte weitere 7% des Sport-schuhmarktes (*Play Fair 2008, S. 11*).

Zwischen Marktmacht und sozialer Verantwortung

Mit einem Gesamtumsatz von 10,8 Mrd. € im Jahr 2008 (und 10,39 Mrd. € im Jahr 2009) nimmt die Adidas-Gruppe den Platz zwei der führenden Sportartikelkonzerne direkt hinter dem US-Konzern Nike (Umsatz 2008: 18,6 Mrd. US-\$) ein. In Deutschland und der EU war sie mit 4,775 Mrd. € der größte Bekleidungslieferant (*TextilWirtschaft 1.10.2009*). Ein Fünftel des Umsatzes (1,5 Mrd. €) erzielte die Adidas-Gruppe im Bereich von stark wachsenden und saisonabhängigen sog. Lifestyle-Produkten. Im Sportartikel-Bereich

erzielten Schuhe 60% des Umsatzes. Die Zeitschrift *TextilWirtschaft* beschreibt die Entwicklung von Adidas von einer Sportmarke zu einer Lifestyle- und Modemarke so: »Vom Schuh zur Sportswear, von der Sportswear zur Streetwear, von der Streetwear zur Mode. Was als Nischen-geschäft begann, ist heute ein Riesengeschäft für Adidas.« (*TextilWirtschaft, 20.1.2010*). Gefördert wird dieses Wachstum durch eine Werbemaschi-nerie, die Adidas sich pro Jahr ca. 13% des Netto-Umsatzes kosten lässt. Allein die Ausgaben für das Sponsoring lagen zuletzt bei 700 Millionen Euro jährlich (*Focus Online 2009*).

Adidas war einer der Vorreiter in der Profession-alisierung des Sportmarketings. Bereits 1982 gründete der damalige Adidas-Chef Horst Dass-ler die ISL AG (International Sports&Leisure), die von früheren Adidas-Angestellten geleitet wur-de und zu 51% im Besitz von Horst Dassler und seiner Schwestern war (*Weinreich 2008, Slack Parent 2006, S. 150f*). Die Politik des »Marketing durch Patronage« (*Slack Parent 2006, S. 150*) wurde von Adidas unter Horst Dassler und der seit 2001 insolventen ISL perfektioniert. Sie wur-de durch die ISL zu einem weit verzweigten Kor-ruptionssystem ausgebaut, in dessen Rahmen auch die Vergabe der Olympischen Spiele 2008 nach Peking/China vorbereitet wurde. Diese Vor-gänge lassen das Sportmarketing insgesamt und von Adidas insbesondere in einem ‚trüben Licht‘ erscheinen (*Weinreich 2008*).

Neben dem Sportmarketing trug die klare Ori-entierung des Konzerns an der Wertsteigerung des Unternehmens und der »stetigen Verbesse-

Tabelle 19:		© 2010 SÜDWIND	
Umsätze der Adidas AG in Mio. €			
	2009	2008	Veränderung währungsbereinigt
Weltweit	10.381	10.799	-6%
Westeuropa	3.262	3.527	-5%
Europäische Schwellenländer	1.122	1.179	-7%
Nordamerika	2.360	2.520	-10%
China	967	1.077	-16%
Andere asiatische Länder	1.647	1.585	-3%
Lateinamerika	1.006	893	+19%

(Quelle: Geschäftsbericht 2009,
<http://www.adidas-group.com/de/pressroom/archive/2010/03March2010.aspx>)

Tabelle 20: Die Adidas-Gruppe		© 2010 SÜDWIND		
2008	Adidas AG	Adidas	Reebok	TaylorMade
Umsatz	10,8 Mrd. €	7,82 Mrd. €	2,15 Mrd. €	812 Mio. €
Mitarbeitende	38.982	23.202	8.836	1.852
Zentrale	Herzogenaurach	Herzogenaurach	Canton/USA	Carlsbad/USA
Gründung		1949	1895	1979
Einzelhandel		792 Concept-Stores, 381 Factory Outlets		
Gewinn nach Steuern	642 Mio. €			
(Quelle: Fact Sheets, www.adidas-group.de)				

derung der Profitabilität« (*Adidas 2010a*) entscheidend zur Spitzenposition der Adidas-Gruppe im globalen Sportmarkt bei. Als börsennotiertes Aktienunternehmen wirbt die Gruppe mit ‚starken mittelfristigen Umsatz- und Gewinnaussichten‘ und einer ‚klaren Orientierung am Shareholder Value‘, also an den Interessen der AktionärInnen (*ebd.*). Der Vorstandsvorsitzende Herbert Hainer gab im Sommer 2009 als mittelfristiges Ziel eine Umsatzrendite von 11% an (*Focus Money 2009*). Zwar brach der Profit des Unternehmens in der ersten Jahreshälfte 2009, bedingt durch Umsatzrückgänge aufgrund der Wirtschaftskrise, um 97% ein und der Aktienkurs sank von ca. 40 € im Sommer 2008 auf 27 € im Sommer 2009, doch lag der Gesamtumsatz 2009 nur 6% unter dem Vorjahresergebnis. Die konjunkturelle Erholung sowie vor allem das sportliche Großereignis der Fußball-WM 2010 werden die Konzernergebnisse 2010 voraussichtlich deutlich verbessern, so dass der Konzern in diesem Jahr mit einstelligen Wachstumszahlen rechnet.

Konzernstruktur

Die Unternehmen der Adidas-Gruppe, zu denen Adidas, Reebok, TaylorMade, Rockport und CCM (einer der weltgrößten Eishockey-Ausrüster) gehören, haben weltweit mehr als 170 Tochterunternehmen (*Adidas 2009b*, S. 3) an 150 Standorten, von denen 10 Produktionsstätten sind, u.a. in Scheinfeld, Deutschland (*Adidas 2008*, S. 29, 34). Die weltweite Beschaffung erfolgt durch die 100%ige Tochtergesellschaft adidas Sourcing Ltd. in Hongkong.

In den ersten drei Quartalen 2009 sanken die Erlöse der Marke Adidas um 4%, der Reebok-Umsatz sank um 6%, lediglich TaylorMade wuchs um 3%. Durch Sparmaßnahmen und Personalabbau im ersten Halbjahr 2009 bei Reebok und TaylorMade konnte die Gruppe ihre Nettoschulden dennoch um 12% auf 2,3 Mrd. € senken (*TextilWirtschaft 12.11.2009*). Für das gesamte Jahr 2009 gibt der Konzern einen Abbau der Nettoverschuldung auf 917 Mio. € (- 58,1%) und eine Mitarbeiteranzahl von 39.596 (+ 1,6%) an.

Märkte und Vertrieb

Führender Anbieter in allen Märkten zu werden, ist erklärtes Ziel der Adidas-Gruppe:

In Europa und Asien ist die Adidas-Gruppe bereits Marktführer und möchte mit Augenmerk auf die osteuropäischen Schwellenländer, den Nahen Osten, Afrika, China und Japan weiter expandieren.

In den USA und Lateinamerika ist Adidas nicht Marktführer, will aber seine Marktanteile steigern, dies vor allem im Blick auf Lateinamerika (mit den vier wichtigsten Märkten Brasilien, Argentinien, Mexiko und Chile) als der Region, in der der Konzernumsatz am schnellsten wächst. 2010 strebt Adidas die Marktführerschaft für Lateinamerika an (*Adidas 2010b*). Die Adidas-Gruppe will ihre Wachstumsstrategie über den Ausbau der selbst kontrollierten Verkaufsflächen erzielen, die in den kommenden Jahren mindestens 35% des Konzernumsatzes erwirtschaften sollen.

Beschaffung

Die Adidas-Gruppe beschafft einen großen Teil ihrer Produktpalette, nämlich 75%, direkt bei den Zulieferfirmen. Die restlichen 25% werden indirekt über Agenturen und Lizenznehmer beschafft (*Adidas 2008*, S. 4). Weltweit arbeiten mehr als 400.000 Menschen bei insgesamt 1.044 Zulieferern in 70 Ländern sowie 224 Lizenznehmern aus 40 Ländern in der Herstellung von Produkten der Adidas-Gruppe (*Adidas 2010c*). Hinter diesen gegenüber 2007 fast unveränderten Zahlen verbirgt sich eine Fluktuation der Zulieferer von 25% (*Adidas 2008*, S. 16). U.a. aufgrund interner Umstrukturierungen erhöhte sich die Zahl der Zulieferer im Jahr 2009 auf 1.120 und die Fluktuation innerhalb der Zulieferer war so hoch, dass der Konzern in seinem Bericht »Performance Data 2009« betont, mit seinen Daten nur die Realität des Jahresendes wiederzugeben.

Adidas Zulieferer laut Geschäftsberichten 2003–2009

Seit der Übernahme von Reebok mit seinen 800 globalen Zulieferern bemüht sich Adidas um eine »Konsolidierung« der Zulieferbasis, worunter die Beendigung der Zusammenarbeit mit ehemaligen Reebok-Handelsmaklern und die Konzentration auf das eigene Adidas Netzwerk mit ca. 300 unabhängigen Zulieferern zu verstehen ist. Diese auch als »Verschlankung« bezeichnete Strategie hat in den letzten Jahren z.B. zur Ausdünnung der Zahl der Schuhlieferanten um 40% zwischen 2000 und 2003 geführt und zur Reduzierung der unabhängigen Zulieferer von 547 im Jahr 2006 auf 300 im Jahr 2008 und 270 im Jahr 2009 (*Adidas 2010d*).

Von den insgesamt 38 Sportschuhlieferanten der Adidas-Gruppe waren laut Nachhaltigkeitsbericht 2008 73% nach der internationalen

Tabelle 21:		© 2010 SÜDWIND					
Schuhe nach Regionen							
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Asien	95%	94%	96%	97%	96%	97%	97%
China	53%	55%	55%	46%	49%	44%	41%
Vietnam	24%	21%	20%	25%	28%	31%	31%
Indonesien	18%	18%	20%	23%	16%	18%	17%
Andere Asien	1%	1%	1%				(Indien + 2%)
Europa	4%	4%	2%	2%*	2%*	2%	3%**
Nordamerika	1%	2%*	2%*	1%*	2%*	1%	

* inkl. Afrika | ** inkl. Amerika

Tabelle 22:		© 2010 SÜDWIND					
Bekleidung nach Regionen							
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Asien	72%	77%	78%	76%	82%	83%	83%
China	17%	20%	25%	23%	32%	36%	37%
Indonesien	18%	17%	17%	15%	11%	10%	11%
Thailand	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	13%	14%	14%
Andere Asien	37%	40%	40%				
Europa	20%	17%	16%	16%*	13%*	12%	11%
Amerika	8%*	6%*	6%*	8%*	5%*	5%	6%

*inkl. LA

Tabelle 23:
Zubehör nach Regionen

© 2010 SÜDWIND

	2005	2006	2007	2008	2009
Asien	96%	97%	96%	98%	98%
China	61%	61%	65%	65%	67%
Vietnam	16%	19%	17%	21%	22%
Pakistan	16%	14%	13%	10%	8%
Andere Asien	7%	6%	5%*	4%*	3%

*inkl. Europa

Tabelle 24:
Entwicklung Stückzahlen 2009

© 2010 SÜDWIND

Sparte	2008	2009
Paar Schuhe	221 Mio.	171 Mio.
Stücke Textilien	284 Mio.	239 Mio.
Stücke Zubehör	42 Mio.	34 Mio.

Quellen für die Tabellen 21–24:
Geschäftsberichte Adidas 2003–2009)

Umweltmanagementnorm ISO 14001, die den Schwerpunkt auf einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess zur Erreichung der vom Unternehmen selbst gesetzten Ziele legt, zertifiziert (*Adidas 2008*, S. 30f)(1). Ebenso viele hatten das Zertifikat OHSAS 18001, ein Arbeitsschutzmanagementsystem, das sich eng an ISO 14001 anlehnt.

Soziale Verantwortung

Die im Nachhaltigkeitsbericht 2008 benannten Umweltmanagementmaßnahmen werden laut der formulierten Unternehmenswerte ergänzt durch soziale Verantwortung: »Wir sind ein globales Unternehmen, **das sozial und ökologisch** verantwortungsbewusst handelt, kreativ ist und seinen Mitarbeitern und Aktionären finanzielle Attraktivität sichert.« (*Adidas 2009c*).

Beschäftigungsgrundsätze

Das Verständnis des Unternehmens von sozialverantwortlichem Handeln wird seit 1998 in einem freiwilligen Verhaltenskodex, den »Standards of Engagement«, inhaltlich ausgefüllt.

In diesem Kodex werden folgende Beschäftigungsgrundsätze formuliert: Zulieferer müssen ihre ArbeiterInnen fair und gesetzeskonform behandeln, d.h. sie dürfen 1. keine ZwangsarbeiterInnen und 2. keine Kinder unter 15 Jahren beschäftigen. 3. Sie dürfen ihre Angestellten nicht wegen persönlicher Merkmale oder Überzeugungen diskriminieren. 4. Sie müssen mindestens den gesetzlichen Mindestlohn zahlen. 5. Die regelmäßige Arbeitszeit darf 60 Wochenstunden inkl. Überstunden nicht überschreiten. 6. Die ArbeiterInnen haben Koalitionsfreiheit. 7. Sie sind mit Würde und Respekt zu behandeln (*Adidas 2000*).

Die aktuellen »Workplace Standards« (*Adidas 2009d*), die nach der Übernahme von Reebok die Standards of Engagement und die Reebok-Leitlinien ersetzen, sind ergänzt um die Forderungen eines effektiven Schutzes für WanderarbeiterInnen (zu 3) und einer Lohnzahlung, die den ArbeiterInnen einen Vermögensaufbau ermöglicht (zu 4). Die Adidas-Gruppe erklärt, dass sie aktiv nach Lieferanten sucht, die kontinuierlich den Lebensstandard ihrer MitarbeiterInnen erhöhen (zu 4). Sie schränkt allerdings die Forderung nach einer Höchstarbeitszeit von 60 Stunden um die »Ausnahme außergewöhnlicher Umstände« ein (zu 5). Die Forderung nach Koalitionsfreiheit bei den Zulieferern bezieht sich aktuell explizit auch auf Tarifverhandlungen. Bei gesetzlichen Beschränkungen der Koalitionsfreiheit formulierten die 1998er Standards, der Geschäftspartner dürfe die ArbeiterInnen nicht an einer Vereinigung hindern; in den aktuellen Standards wird er zur Entwicklung von Mechanismen aufgefordert, die Streitigkeiten lösen und den Informationsaustausch sichern.

Im Dialog des Unternehmens mit gesellschaftlichen Gruppen wie z.B. der Kampagne für Sau-

bere Kleidung sind einige Punkte besonders strittig: Zu diesen zählen vor allem die Lohnhöhe, die Arbeitszeit sowie die Koalitionsfreiheit. Gerade an diesen Standards zeigen sich erstaunlich wenig Veränderungen in den letzten Jahren. Wo der Eindruck einer »Verbesserung« erweckt wird, wie z.B. bei der Berücksichtigung der Situation der WanderarbeiterInnen und der Ermöglichung von »Vermögensbildung«, bleiben die Formulierungen vage. Die Aufweichung der klaren Forderung nach einer maximalen Arbeitszeit von 60 Wochenstunden durch den Einschub »mit Ausnahme außergewöhnlicher Umstände« stellt hingegen eine Anpassung an die real existierenden Produktionsbedingungen im globalen Wettbewerb und aus der Perspektive der Beschäftigten eine eindeutige Verschlechterung dar.

Das Sozial- und Umweltteam

Zur Überprüfung der Einhaltung der Beschäftigungsstandards in den Zulieferbetrieben und als Ansprechpartner nach außen richtete das Unternehmen die Abteilung »Social and Environmental Affairs« (SEA), das Sozial- und Umweltteam, ein, das in den letzten Jahren für die interne Kontrolle in den Zulieferbetrieben, die Berichterstattung und eine explizit dialogorientierte Strategie mit sozial- und umweltpolitisch aktiven Kampagnen und Gruppen zuständig war und ist.

Das Team ist von 23 MitarbeiterInnen im Jahr 2000 auf mittlerweile 63 MitarbeiterInnen angewachsen und gliedert sich in drei regionale Teams für Asien, Amerika sowie die sog. EMEA-Region (Europa, Mittlerer Osten, Afrika) (*Adidas 2005*).

Die umfassende, online zugängliche Berichterstattung durch das Team vermittelt einen transparenten Eindruck, der dem Unternehmen in der Literatur zu ethischem Konsum zu positiven Beurteilungen verholfen hat (*Grimm, S. 144*). Unterstützt wird dieser Eindruck durch die Veröffentlichung von Zuliefererlisten, die allerdings nicht nach direkten oder indirekten Zulieferern (Subcontractors) und Branchen (Schuhe, Bekleidung oder Zubehör) unterscheiden, sowie durch die Beteiligung an diversen Multistakeholder-Foren zu Entwicklungen in der globalen Produktion und Beschaffung



Multi-Stakeholder Initiativen

Neben der internen Kontrolle durch das SEA-Team ist Adidas seit 1999 Mitglied in der Fair Labour Association (FLA), in deren Rahmen Adidas einer »externen Überwachung durch unabhängige Kontrolleure« unterliegt. Die FLA mit Sitz in den USA wurde 1999 von Unternehmen, Universitäten und Nicht-Regierungsorganisationen gegründet. Sie kontrolliert die Mitgliedsunternehmen aufgrund von Standards, die sie in Anlehnung an die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation formuliert hat (Mehr unter <http://www.fairlabor.org/>). Seit 2008 wird in Zusammenarbeit von 6 Markenunternehmen und der FLA die »Sustainable Compliance Leadership« (SCL) entwickelt, die auf Fabrikebene bessere Managementsysteme zur Einhaltung von Standards in der Beschaffungskette aufbauen und allgemein zugänglich machen soll (*Adidas 2008, S. 14*).

Seit 2008 ist die Adidas-Gruppe Mitglied der Better Cotton Initiative (BCI), einer 2005 begonnenen Initiative zur »Verbesserung der Baumwollproduktion für die Produzenten, für die Umwelt und für die Zukunft des Sektors.« (S. <http://www.bettercotton.org/>).

Im August 2009 nahm die Adidas-Gruppe an der Tagung des MFA-Forums Mexiko, dessen Mitglied sie ist, zur »Sustainable Apparel and Footwear Initiative« (SAFI) teil. Thema der Tagung waren die Auswirkungen der Weltwirtschaftskrise auf die Bekleidungs- und Sportartikelindustrie, auf die die im Frühjahr 2009 bei einer Tagung des MFA-Forums in Washington ins Leben gerufene SAFI eine Antwort sein soll. Bestandteile dieser Initiative sind 1. ein verbesserter Zugang zu Krediten zu Vorzugszinsen für Zulieferer, die ihre soziale und ökologische Verpflichtung belegen können; 2. ein Unterstützungsprogramm für ArbeiterInnen durch verbesserten Zugang zu sozialen Sicherungssystemen und Training und 3. die Entwicklung einer nachhaltigeren und verantwortungsvolleren Industrie in

der Zukunft (*Maquila Solidarity Network 2009*) (2).

Für seine Maßnahmen im Sozial- und Umweltmanagement wurde die Adidas-Gruppe u.a. belohnt mit guten Positionen im internationalen Unternehmensranking. Wer »ethisch saubere« Sportprodukte konsumieren möchte und internationale Rankings zu Rate zieht, findet Adidas oft auf guten Plätzen, so z.B. auf Platz 28 der »100 nachhaltigsten Unternehmen weltweit«. (<http://www.global100.org/>). Puma und Nike haben unter den »100 Besten« keinen Platz gefunden. Als Quellen beschränken sich solche Rankings allerdings oft auf die Berichterstattung der Unternehmen.

Widersprüche

Da parallel zu dem vielfältigen Sozialengagement der Adidas-Gruppe in den letzten Jahren immer wieder gravierende Fälle von Verstößen gegen grundlegende Arbeits- und Sozialstandards in Zulieferbetrieben der Adidas-Gruppe aufgedeckt wurden, auf die Adidas nicht oder unzureichend reagierte und damit seine eigenen Standards durch seine Geschäftspraxis konterkarierte, bleibt ein widersprüchliches Bild. Verwiesen sei hier nur auf den Streitfall um die Schließung des Zulieferbetriebs Hermosa in El Salvador (*CIR 2009*) und auf die im Jahr 2008 aufgedeckten Missstände bei asiatischen Zulieferbetrieben, die von massiven unbezahlten und erzwungenen Überstunden in China, über Hungerlöhne in Indonesien bis zu willkürlichen Fabrikschließungen in Thailand reichten (*CCC 2008*).

Das gut entwickelte Sozial- und Umweltmarketing der Adidas-Gruppe verstellt den Blick für die Tatsache, dass die schlechten Arbeitsbedingungen in den globalen Zulieferbetrieben eine notwendige Folge des enormen Preisdrucks sind, den die Adidas-Gruppe (genauso wie ihre Wettbewerber Nike & Co.) aufrechterhalten muss, um Gewinne zu erwirtschaften, sich dadurch am Markt zu behaupten und ihre Aktionäre zufrieden zu stellen. Die Ankündigung eines »Markenschuhs für die Ärmsten« (*Spiegel online 16.11.2009*) ist deshalb als ein weiterer Baustein der Sozialmarketingstrategie des Adidas-Konzerns einzuordnen. Der von Mohammed Yunus als »1-Euro-Sportschuh« gepriesene Schuh wird in Projektkooperation zwischen Adidas und dem Unternehmen Grameen Creative Lab des Frie-

densnobelpreisträgers Mohammed Yunus seit Ende 2009 entwickelt. Doch auch mit »preiswerten Schuhen« kommt Adidas nicht an der grundlegenden Problematik vorbei, dass zum Erwerb dieser Schuhe eine Kaufkraft nötig ist, die aufgrund niedrigster Löhne nicht erzeugt wird.

China als zentrales Beschaffungsland

China ist sowohl als Produktionsland als auch als Absatzmarkt sehr interessant für die globalen Sportartikelhersteller. Der Sportartikelmarkt Chinas wurde Anfang 2008 von der Play Fair Kampagne auf 4,2 bis 5,6 Mrd. US-\$ jährlich geschätzt (*Play Fair 2008*, S. 13). Mit seiner jungen Bevölkerung – ungefähr die Hälfte ist jünger als 30 Jahre – bietet China die perfekte Zielgruppe für Sportartikel. Um seinen Marktanteil von 12% Ende 2006 zu steigern und seinen Konkurrenten Nike (Marktanteil: 15%) zu überholen, sponserte Adidas die Olympischen Spiele 2008 in Peking mit 80 – 100 Millionen US-\$ und will seine Einzelhandelsgeschäfte bis 2010 von 2.500 auf 5.000 steigern. (*ebd.*, S. 14) In absoluten Zahlen setzte die Adidas-Gruppe im Jahr 2008 2,662 Mrd. € in Asien um, dies war ein Plus von 408 Mio. € gegenüber dem Vorjahr und entsprach einem währungsbereinigten Umsatzwachstum von 20%, das vor allem auf ein kräftiges Wachstum auf dem chinesischen Markt zurückzuführen ist (*Adidas 2010d, Geschäftsbericht 2008*). Um dieses Potenzial auch für die Marke Reebok stärker zu nutzen, kündigte die Adidas-Gruppe für das Jahr 2010 eine engere Zusammenarbeit mit Pou Sheng International (Holdings) Limited an, einem der chinesischen Marktführer im Sportar-

Hauptsitz der Adidas-Gruppe in Hongkong

adidas Sourcing
adidas Sourcing Limited
10/F, 21–22/F, Suites 1407–1470
Cityplaza Four
12 Taikoo Wan Road
Taikoo Shing, Island East
Hong Kong
Phone: +852 2149 3888
Fax: +852 2149 3898

tikelgeschäft. Pou Sheng gehört zum weltgrößten Sportschuhhersteller Yue Yuen Industrial (Holdings) Limited.

Aber nicht nur als Markt, sondern auch als zentrale Beschaffungsregion für den Export in andere Märkte ist China interessant: 2007 kamen mehr als 67% (ca. 13 Millionen Paar) aller nach Deutschland importierten Sportschuhe aus China. (All about sourcing 2008) Vor diesem Hintergrund ist es logisch, dass Hongkong einer von sieben weltweiten Hauptstandorten der Adidas-Gruppe (neben Herzogenaurach, Amsterdam, Portland, Canton, Carlsbad, Panama) ist (Adidas 2010e).

China ist das wichtigste Lieferland des Konzerns (vgl. Tabellen »Adidas-Zulieferer nach Regionen und Sparte«). Laut aktueller Adidas-Lieferantenliste von Januar 2010 liegen 308 der insgesamt 1.128 Zulieferbetriebe sowie 139 von insgesamt 288 Lizenznehmern in China, mit einem Schwerpunkt in der Provinz Guangdong. In diesen Betrieben stellen mehr als 250.000 ArbeiterInnen Produkte der Adidas-Gruppe her (China Labor Watch 2008).

Lässt sich in der Schuhproduktion eine Verlagerung nach Vietnam feststellen, so ist die Bedeutung Chinas laut Konzernlagebericht 2008 in der Beschaffung von Bekleidung und Zubehör in den letzten Jahren deutlich gestiegen.

Die wachsende Konzentration im Bereich der Händler korrespondiert mit der wachsenden Konzentration auf Seiten der Hersteller: In der weltgrößten Schuhproduktionszone im chinesischen Guangdong mussten allein im ersten Halbjahr 2008 50% der Schuhhersteller, das waren ca. 2.400 Betriebe, ihre Produktion einstellen. Auf 62 der verbliebenen 2.400 Betriebe war im gleichen Zeitraum die Hälfte der Exportaufträge konzentriert (China Daily 2008). 2009

waren vor allem diejenigen Schuhbetriebe von Markteinbrüchen und Fabrikschließungen betroffen, die für den Export produzierten. Aus einer weiteren bedeutenden schuhproduzierenden Region in der Provinz Fujian mit mehr als 3.000 Schuhherstellern, die mehr als 40% der chinesischen Sportschuhe herstellen, wird berichtet, dass dort die 361 für den lokalen Markt im Auftrag chinesischer Marken wie Anta und Xtep produzierenden Firmen prosperieren, während die sog. OEM's (= original equipment manufacturer), die für ausländische Marken produzieren, schrumpfen bzw. schließen (China Daily 2009).

Für die Adidas-Gruppe ist die Beschaffung in China in sozialer Hinsicht problematisch. In China gibt es keine unabhängigen Gewerkschaften. Mit der Produktion in China verstößt Adidas dementsprechend gegen die Kernarbeitsnormen der IAO (87 und 98) und verletzt außerdem seine eigenen Standards.

So schwierig auch die Bedingungen für unabhängige Recherchen zu Sozial- und Arbeitsstandards in der Exportproduktion in China sein mögen, so dringen doch immer wieder Untersuchungen an die internationale Öffentlichkeit, die gravierende Missstände exemplarisch belegen. Auch die Bedingungen bei Adidas-Zulieferern in China geraten so immer wieder ins Rampenlicht.

Ein Fall, der seit Jahren in der internationalen Berichterstattung verfolgt wird, betrifft eine Zulieferfirma von Adidas, die die Gruppe von Reebok übernommen hat: Die Firma Shun Da Sporting Goods Corporation ist der größte Sportschuhhersteller in der Fu Xing Investment Zone, einer Freien Exportzone, die zur Stadt Fuzhou in Fujian gehört. 1990 wurde Shun Da von der taiwanesischen Qing Lu Group gekauft, die noch weitere Fabriken in Fujian besitzt. Reebok war einer der

Tabelle 25: Adidas-Zulieferer und -Lizenznehmer in Guangdong, Jiangsu und Fujian © 2010 SÜDWIND

Provinz	Anzahl Zulieferer	Anzahl Lizenznehmer
Guangdong	121	55
Shenzen	22	17
Jiangsu	42	25
Fujian	21	9

(zusammengestellt aus: Global Supplier factory list (1.1.2010) und Licensee Factory List (1.1.2010))

Hauptkunden von Shun Da, als Reebok Anfang 2006 von Adidas aufgekauft wurde. Seit Adidas Reebok übernommen hat, haben sich die Arbeitsbedingungen beim Zulieferer Shun Da laut einer Vor-Ort-Recherche bei Shun Da verschlechtert (Lee 2008). So mussten die Beschäftigten von August bis Dezember 2006 durchschnittlich 322,5 Stunden pro Monat arbeiten, dies sind ca. 80 Stunden pro Woche. Die Überstunden an Abenden und an Sonntagen, die die Beschäftigten leisten mussten, machten ca. 150 Stunden pro Monat aus. Bei Zahlung des Mindestlohnes und der gesetzlich verankerten Überstundenzuschläge hätten die Beschäftigten eine reine Lohnleistung von knapp 1.570 Yuan (entspricht knapp 148 €) erhalten müssen, real erhielten sie aber zwischen 1.200 und 1.300 Yuan (= 113 bis 122,50 €) inklusive aller Sonderzulagen (wie z.B. Wohngeld).

Der Zwang zu Überstunden sowie die Verweigerung des rechtmäßigen Lohnes verstießen sowohl gegen das chinesische Arbeitsrecht als auch gegen die Sozialstandards, deren Einhaltung Adidas von seinen Zulieferfirmen einfordert. Adidas hat allerdings nicht nur diese Zustände unkommentiert hingenommen. Zusätzlich hat Adidas den Menschenrechtsbeauftragten, den es bei Shun Da im Auftrage von Reebok gab, nicht ersetzt bzw. nicht übernommen. Adidas führte außerdem die Förderung gewerkschaftlicher Arbeit bei Shun Da, die Reebok seit 2002 betrieb, nicht fort (CLNT 2007). Eine Untersuchung der britischen Sunday Times Anfang 2008 bestätigte zahlreiche der bereits 2006 aufgedeckten Missstände und beschrieb eine »vergiftete Atmosphäre durch einen Klassen- und Kulturkonflikt zwischen der chinesischen Belegschaft, den taiwanesischen Managern und dem deutschen Adidas-Managementteam.« (Sheridan 2008).



Sportschuhverkauf in Fujian/China (www.flickr.com)

Adidas reagierte zwar auf die Berichte über die Missstände bei Shun Da, verneinte sie aber entweder (»keine Belege für Überstundenbetrug«) oder relativierte sie mit der Behauptung, Missstände kämen »von Zeit zu Zeit« vor.

Dass die bei Shun Da aufgedeckten Missstände keine Einzelfälle waren, unterstreicht die vorliegende aktuelle Studie zu zwei Adidas-Zulieferern, die ebenfalls in Fujian liegen.

Anmerkungen

(1) Erläuterung der Norm: http://de.wikipedia.org/wiki/ISO_14001. Der BUND kritisiert, dass nach dieser Norm auch Atomkraftwerke zertifiziert würden. Siehe <http://vorort.bund.net/suedlicher-oberrhein/umweltzertifikat-emas-iso-14001.html?PHPSESSID=1a7a1b7b1a7ac88b7a5533fe284c262c>

(2) Als weitere Reaktion auf die Weltwirtschaftskrise und ihre Folgen für ArbeiterInnen und Zulieferbetriebe in Form von Entlassungen und Beendigung der Geschäftsbeziehungen durch die Adidas-Gruppe hat das SEA-Team Richtlinien verfasst und veröffentlicht. Siehe http://www.adidas-group.com/de/sustainability/suppliers_and_workers/factory_closures_and_downsizing/default.aspx

5. Unternehmensportrait Metro: »Zum Handeln geschaffen«

Im Mai 2009 geriet die globale Beschaffung von Metro erstmals ins Licht der Öffentlichkeit, nachdem das US-amerikanische National Labor Committee einen Bericht über massive Arbeitsrechtsverletzungen bei einem Bekleidungszulieferer in Bangladesch publiziert hatte (FR 14.05.2009). In dem Betrieb waren Missstände wie exzessive Arbeitszeiten, Lohnzurückhaltungen und Misshandlungen von Beschäftigten festgestellt worden (s. u.). Damit gab es erste Hinweise für die Annahme, dass Metro keine Ausnahme von der globalen textilen Beschaffungspraxis multinationaler Unternehmen darstellt, wie sie in den letzten Jahren von zahlreichen Gewerkschaften, Nichtregierungsorganisationen und internationalen Bündnissen kritisiert worden war (www.itglwf.org, www.cleanclothes.org, www.nlcnet.org u.a.).

Über die textile Beschaffung hinaus standen in den letzten Monaten auch die Behandlung von eigenen Beschäftigten in Großhandelsmärkten und von Lebensmittellieferanten durch Metro in Indien im Fokus öffentlicher Kritik (Oxfam 2009

und Oxfam 2010). Die vorliegende Studie liefert zum ersten Mal Forschungsergebnisse über die Beschäftigungspraxis von Metro in China, das in der internationalen Expansionsstrategie des Unternehmens eine Schlüsselrolle spielt.

Spitzenposition von Metro

Metro nimmt auf der Liste der börsennotierten Handelsunternehmen Deutschlands den ersten Platz ein. Auch auf internationaler Ebene steht Metro an vorderster Stelle: 2008 überholte Metro das britische Handelsunternehmen Tesco und steht hinter Wal-Mart und Carrefour auf Rang drei.

Am Anfang des Wachstumserfolgs von Metro stand eine Geschäftsidee, die Unternehmer Otto Beisheim 1964 aus den USA importiert hatte: der Cash & Carry Selbstbedienungs-Großhandel. Er erhielt in Deutschland rasch Zulauf. Seither expandierte Metro durch eine ständige Abfolge von Neugründungen, Firmenaufkäufen, Fusionen, Ausgliederungen und Verkäufen im In- und Ausland, wie sie für Wachstumsprozesse multinationaler Unternehmen im globalen Kapitalismus in immer stärkerem Maß typisch ist. Im Folgenden werden die Stationen dieses Expansionskurses mit ihren Licht- und Schattenseiten im Überblick dargestellt.

Gründung

Im Jahr 1963 wurde in Essen ein »Cash & Carry«-Großhandelsmarkt eröffnet, in dem Einzelhändler, Restaurantbesitzer, Hoteliers oder Freiberufler erstmals Nahrungsmittel und Gebrauchsgüter zum Wiederverkauf erwerben konnten, die sie selber abholen (»Carry«) und bar bezahlen (»Cash«). Bis zu dieser Zeit hatten Großhandelsunternehmen Waren immer gegen Rechnung ausgeliefert. Verbunden wurde diese Neuerung aus den USA mit einer enormen, bis dahin in Deutschland ungekannten Verkaufsfläche von 14.000 qm des ersten Metro-Markts. Alle KundInnen erhielten wöchentlich Werbematerialien

Tabelle 26: © 2010 SÜDWIND Die größten Einzelhandelsunternehmen der Welt 2008		
Unternehmen	Land	Umsatz in Mio. US \$
Wal-Mart	USA	401
Carrefour	Frankreich	127
Metro	Deutschland	99
Tesco	Großbritannien	96
Schwarz	Deutschland	79
Kroger	USA	76
Home Depot	USA	71
Costco	USA	70
Aldi	Deutschland	66
Target	USA	62
Quelle: Deloitte-Report 2010		

Tabelle 27:
Metro-Vertriebslinien 2009

© 2010 SÜDWIND

Name	Betriebsform	Umsatz Mrd. €	MitarbeiterInnen in Tausend
Metro Cash & Carry	Großhandel	30,6	101.847
Real	SB-Warenhaus	11,3	28.188
Galeria Kaufhof	Warenhäuser	3,5	1.443
Media Markt/Saturn	Elektronikfachhandel, -Fachgeschäfte	19,7	38.847

Quelle: Metro 2010a, Metro 2009b

über ein neu aufgebautes EDV-System von Metro (*Liedtke 2005: 276*). Der Startschuss für eine schnelle Expansion war gelegt.

Expansion

Seit 1968 expandierte Metro ins europäische Ausland, nicht nur mit Großhandels-, sondern auch Einzelhandelsmärkten. Denn neben dem Großhandel war Metro 1977 auch über Aquisitionen in das Einzelhandelsgeschäft eingestiegen. So kaufte sich Metro bereits in den 1980er Jahren in den Kaufhofkonzern ein, betrieb dessen Übernahme des Kaufhauses Horten 1994 und fusionierte mit Kaufhof und der Asko-Gruppe im Jahr 1996 zur Metro AG mit Sitz in Köln. In den Niederlanden erwarb 1998 Metro die Cash & Carry-Kette SHV Makro NV sowie in Deutschland den Allkauf-SB-Warenhaus-Konzern. Im Zug einer Neuausrichtung und Internationalisierung des Unternehmens wurden 2002 sechs zentrale Vertriebslinien aufgebaut und zahlreiche Geschäftsfelder ausgegliedert bzw. verkauft. Von den ehemals sechs Vertriebslinien Cash & Carry, Real (SB-Warenhäuser), Extra (Verbrauchermarkte), Media Markt/Saturn (Elektronikfachhandel), Praktiker (Baumärkte) und Kaufhof (Warenhäuser) wurden inzwischen Extra und Praktiker veräußert. Und das Rad dreht sich weiter: Heute stehen Galeria Kaufhof und Real auf der Verkaufsliste von Metro.

Im Juli 2006 hatte Metro die 85 Niederlassungen des US-amerikanischen Unternehmens Wal-Mart gekauft und damit dessen verlustreichem Deutschlandgeschäft ein Ende gesetzt. Die ehemaligen Wal-Mart-Filialen wurden zu einem großen Teil in die Real-Vertriebslinie integriert.

Auf dem Höhepunkt der bereits länger währenden Krise um die Arcandor-Gruppe im Jahr 2009, in deren Folge das Versandhaus Quelle zusammenbrach und die Karstadt Warenhaus AG Insolvenz anmeldete, zeigte die Metro Interesse an der Übernahme eines Teils von Karstadt Warenhäusern an. Vor dem Hintergrund des anstehenden Verkaufs von Galeria Kaufhof ist dieser Schritt doch eher unwahrscheinlich (*FT 30.03.2010*). Auch Real zählt nicht mehr zum Kerngeschäft der Metro Group, weshalb ein Verkauf seit 2008 vorbereitet wird (*Focus Online 18.03.2008*).

Demgegenüber sind die Cash & Carry-Märkte und die Media Markt/Saturn-Läden heute die zentralen Geschäftsfelder von Metro. Mit ihnen plant Metro eine verstärkte internationale Expansion. In dieser Perspektive spiegeln sich die anhaltende Nachfrageschwäche in Industrieländern und der Niedergang des Warenhaus-Formats in Deutschland wider, von denen Kaufhof und Real besonders betroffen sind.

Im Unterschied zu Handelskonkurrenten wie Carrefour hat die außereuropäische Internationalisierung bei Metro bis in die Mitte der 1990er Jahre noch keine herausragende Rolle gespielt. So betrug im Jahr 1996 der Anteil des Auslandsumsatzes von Metro nur 19,1% am Gesamtumsatz, bei Carrefour hingegen bereits 40% (Metro 1996: 57; Welt 03.05.1997). Allerdings forcierte Metro die Auslandquote in den Folgejahren, so dass bereits 2002 ein Anteil von 46% erreicht war (*Liedtke 2005: 280*) und im Jahr 2009 knapp 60% betrug (*Metro 2010b*). Bei der Internationalisierung kombinierte Metro Neugründungen von Standorten in aufkommenden Käufermärkten wie China, der Türkei und Indien mit der Verdrängung von Konkurrenten, wie dies

beispielsweise eine Oxfam-Studie zum Markteintritt von multinationalen Handelsunternehmen in Indien darlegt (Oxfam 2009).

Konzern- und Eigentümerstruktur

Die heutigen vier Hauptgeschäftsbereiche operieren relativ selbständig in der Metro Group. Sie werden jedoch durch übergreifende Querschnittsgesellschaften z.B. im Bereich der Werbung, des Controlling und der Finanzen miteinander verbunden. Nach dem 2009 beschlossenen Effizienzsteigerungsprogramm »Shape 2012« wurden die ehemals zentral gesteuerten Bereiche »Einkauf«, »IT-Dienstleistungen« und »Logistik« in die Vertriebslinien integriert (Metro 2009b: 34). Seit 2002 firmiert das Unternehmen unter dem Namen Metro Group. An seiner Spitze steht die Metro AG als strategische Management-Holding der Metro Group mit Sitz in Düsseldorf.

Die Anteile der Metro AG liegen zu 68,47% des stimmberechtigten Kapitals (Stammaktien) bei der Metro-Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG, Düsseldorf und 31,53% bei freien AktionärInnen. Die Gesellschafter der Metro-Vermögensverwaltung sind a) die Franz Haniel & Cie. GmbH mit 34,24, b) die Familie Schmidt-Ruthenbeck mit 15,77% und c) Otto Beisheim mit 13% (Schlautmann 2007).

Standorte, Umsatz- und Gewinnentwicklung

Die Metro Group ist heute in 33 Ländern und an ca. 2.100 Standorten tätig und beschäftigt knapp 300.000 MitarbeiterInnen. Ihre umsatzstärkste Vertriebslinie ist die Selbstbedienungsgroßhandelsmarke Metro Cash & Carry, die in-

ternational Marktführer ist (Liedtke 2005: 278). Ihr Geschäftsbereich Media Markt/Saturn ist europäischer Marktführer im Bereich Elektrofachmärkte.

Im Jahr der globalen Wirtschaftskrise 2009 verzeichnete Metro mit einem Umsatz von 65,5 Mrd. € einen Rückgang von 3,6% gegenüber dem Vorjahr (Metro 2010b). Auch beim Gewinn machte Metro ein Minus: Er sank von 560 Mio. € im Jahr 2008 auf 519 Mio. € 2009 (ebd.).

Im Krisenjahr 2009 hat Metro weltweit 80 neue Standorte eröffnet und plant für 2010 eine noch höhere Zahl neuer Niederlassungen. Dabei setzt Metro insbesondere auf die Wachstumsregionen Asien und Osteuropa.

Metro Cash&Carry war im Jahr 2009 in 30 Ländern vertreten. Von den 668 Standorten lagen 124 in Deutschland, 259 im übrigen Westeuropa, 210 in Osteuropa und 75 in Asien/Afrika.

Von den 441 SB-Warenhäusern von Real befanden sich Ende 2009 insgesamt 333 in Deutschland und 108 in Osteuropa.

Das Vertriebsnetz von Media Markt/Saturn umfasst 818 Elektrofachmärkte in 16 Ländern, davon 375 in Deutschland, 322 in Westeuropa und 121 in Osteuropa. Ein Markteintritt in China ist für 2010 geplant.

Ende 2009 existierten 126 Warenhäuser von Galeria Kaufhof in Deutschland und 15 in Belgien.

Einsatz der RFID-Technologie

Seit Ende 2007 setzt die Metro Group die Radiofrequenz-Identifikation (RFID-) Technologie im Lagerbetrieb ein. Mit RFID-Lesegeräten an den Wareneingangstoren können Lieferungen in Sekundenschnelle auf Vollständigkeit geprüft,

Tabelle 28: © 2010 SÜDWIND
Umsatzentwicklung Metro 1996–2009 (Mrd. €)

Jahr	Metro	Cash&Carry	Real	Media Markt/Saturn	Kaufhof
2002	51,53				
2004	56,40				
2008	68,00	33,10	11,60	19,00	3,60
2009	65,50	30,60	11,30	19,70	3,50

Quelle: Metro 2010b

Tabelle 29:
Standortentwicklung Metro 2008–2009

© 2010 SÜDWIND

	Neueröffnungen 2009	Schließungen/Abgaben 2009	Stand 31.12.2009
Cash&Carry	+18	–5	668
Real	+12	–10	441
Media Markt/Saturn	+50		818
Galeria Kaufhof			141
Sonstige		–49	59
Summe	+80	–64	2.127

Quelle: Metro 2010b

automatisch registriert, LKW-Wartezeiten verkürzt und Transportwege optimiert werden. In den kommenden Jahren plant die Metro Group einen integrierten RFID-Einsatz in der gesamten Prozesskette, angefangen vom Hersteller bis zum Verkaufsraum (*Metro 2008a*).

Entwicklung der MitarbeiterInnenzahlen und Beschäftigungsverhältnisse

Auf Vollzeitbasis umgerechnet ist die Zahl von MitarbeiterInnen der Metro Group weltweit von 254.457 im Jahr 2008 auf 251.338 2009 gefallen (*Metro 2009b: 88*). Nach Pro-Kopf-Angaben sank die Zahl der weltweit Beschäftigten von 290.940 im Jahr 2008 auf 286.091 im Jahr 2009 (*ebd.*). In Deutschland nahm die Beschäftigtenzahl pro Kopf in diesem Zeitraum von 120.989 auf 116.791 ab (*ebd.*). Bei einem Auslandsanteil von gut 60% arbeiten neun Zehntel im europäischen Ausland (*Metro 2008b: 90*) – im Jahr 2002 hatte dieser Anteil noch 40% betragen (*Liedtke 2005: 280*). Aufgrund der Verkäufe der Extra- und Praktiker-Vertriebslinien im Jahr 2008 war die Beschäftigtenzahl in Deutschland trotz Neuanstellungen im Zeitraum 2007–2008 in den vier verbliebenen Geschäftsfeldern leicht gesunken. In den Jahren zuvor war es zu Personalabbau vor allem in der Waren- und Kaufhaussparte gekommen.

Im Zug des 2009 begonnenen Programms zur Effizienzsteigerung und Kostensenkung unter dem Namen »Shape 2012« plant Metro den weltweiten Abbau von 15.000 Stellen, d.h. bei

knapp 300.000 Stellen jede 20. Stelle (*Focus Online 24.03.2009*). Mit »Shape 2012« will das Unternehmen 150 Mio. € einsparen, jeweils zur Hälfte bei Personal- und Sachkosten (*Weber 2009*). Neben der Stellenstreichung werden auch Arbeitszeiten reduziert: Viele MitarbeiterInnen arbeiten demnach statt acht nur noch sechs Stunden (*ebd.*). Das reduzierte Verkaufspersonal muss deshalb größere Flächen abdecken sowie längere Öffnungszeiten bewältigen. Für die häufiger werdenden Öffnungszeiten bis 22 Uhr bei Real werden nach Angaben von BranchenkennerInnen zunehmend studentische Aushilfskräfte auf der Basis von 400 €-Jobs eingesetzt.

In den verschiedenen Geschäftsfeldern von Metro sind die Beschäftigungsverhältnisse in den letzten Jahren flexibilisiert worden. Flexible Personaleinsatzplanungssysteme werden vor allem in den Waren- und Kaufhäusern eingesetzt, wo geringfügige Beschäftigung deutlich zugenommen hat. Dies ist eine Folge sowohl der veränderten Ladenöffnungszeiten als auch der Strategien zur Senkung von Personalkosten, wie sie im Lebensmitteleinzelhandel besonders ausgeprägt sind.

Gleichwohl ist nach Unternehmensangaben die Teilzeitquote der weltweiten MitarbeiterInnen der Metro Group im Zeitraum 2007–2009 von 33,3% auf 30,5%, in Deutschland von 46,8% auf 45,4%, leicht gesunken (*Metro 2008b: 90 und Metro 2009b: 88*).

Wie der Forschungsbericht zu Metro in China in der vorliegenden Studie nahelegt, gehört auch der Einsatz von Subunternehmen mit eingeschränkten Rechten für die Beschäftigten zur Kostensenkungsstrategie der Metro Group.

Mehr als die Hälfte der weltweiten MitarbeiterInnen von Metro sind Frauen (*Metro 2008c: 17*). In Führungspositionen allerdings sind Frauen nur schwach vertreten: Weltweit besetzen Frauen weniger als ein Fünftel der Führungsstellen, in Deutschland sogar nur 14,5% (womit Deutschland am untersten Rand liegt) und in Osteuropa und Asien/Afrika knapp 30%.

Für die deutschen Metro-Vertriebslinien gelten Tarifverträge, die nach Gewerkschaftsangaben in der Regel eingehalten werden. Im Unterschied zu Cash & Carry, Real und Kaufhof gibt es jedoch bei Media Markt/Saturn nur sehr wenige Betriebsräte. Über den europäischen Betriebsrat der Metro Group können die europäischen Metro-Beschäftigten ein eingeschränktes Mitspracherecht wahrnehmen.

Metro in China

In der Internationalisierungs- und Expansionsstrategie von Metro spielt China eine Schlüsselrolle. Mit einer Bevölkerung von 1,3 Mrd. Menschen und einem in den letzten Jahren au-

ßerordentlich hohen Wirtschaftswachstum ist China für Metro einerseits als Absatzmarkt, andererseits als Billighersteller von Gebrauchsgütern von zentraler Bedeutung. Als »Kernregion in Asien« richtet Metro von China aus auch den Blick auf weitere bevölkerungsreiche Staaten und Wachstumszentren des Kontinents wie vor allem Indien.

Im Jahr 1996, noch vor dem Beitritt Chinas zur Welthandelsorganisation WTO im Jahr 2001, gelang Metro der Sprung nach China. Die chinesische Zentralregierung hatte dem Unternehmen eine Genehmigung zum Aufbau von Märkten in allen großen Städten des Landes erteilt. Auch Wal-Mart ist seit 1996 in China vertreten, allerdings mit Einzelhandelsstandorten wie auch der französische Konkurrent Carrefour, der schon ein Jahr zuvor den Markteintritt in China vollzogen hatte.

Mit der Weltmarktöffnung Chinas nach dem WTO-Beitritt drängen ausländische Handelsketten nun verstärkt auf den chinesischen Einzel- und Großhandelsmarkt, der bis heute noch hoch fragmentiert ist. Ausländische Ketten machen hier lediglich einen Anteil von insgesamt

Bügeln und Zuknöpfen im Akkord bei Metro-Zulieferer Evergreen in Zhuhai, Foto: Ingeborg Wick



Tabelle 30: Die größten chinesischen Einzelhandelsketten 2005 nach Umsatz (Mrd. RMB) © 2010 SÜDWIND

Rang	Name	Umsatz 2005	Umsatz 2004	Zahl der Geschäfte 2005	Zahl der Geschäfte 2004
1	Bailian Group	72,1	67,6	6.345	5.493
2	Gome Appliances	49,8	23,9	426	227
3	Suning Appliances	39,7	22,1	363	193
4	Vanguard	31,3	11,0	2.133	476
5	Dashang Group	30,1	23,1	130	120
6	Beijing Hualian	20,8	16,0	74	70
7	Wu-Mart	19,1	13,3	659	608
8	NGS Supermarket	17,6	13,7	1.572	1.232
9	Carrefour China	17,4	16,2	78	62
10	RT-Mart (Taiwan)	15,7	k.A.	60	k.A.

Quelle: bfai 2006

5% aus (Metro 2010c). Unter den 100 größten Handelsketten in China fanden sich 2007 nur 18 mit ausländischer Kapitalbeteiligung. Unter diesen nimmt Carrefour die Spitzenposition ein und liegt in der Top-100-Rangliste auf Platz 6 (GTAI 2007), dicht gefolgt von Wal-Mart, das 2007 eine Beteiligung des taiwanesischen Einzelhändlers Bounteous kaufte, der unter dem Namen Trust-Mart 101 Hypermärkte in 34 chinesischen Städte betrieb. Metro lag 2006 auf der Liste der größten Handelsketten Chinas auf Rang 28.

In Zusammenarbeit mit der JinJiang Group eröffnete Metro 1996 seinen ersten Großhandelsmarkt in Shanghai. Heute ist Metro Cash & Carry mit 42 Großmärkten in China vertreten – im Vergleich zu 158 von Wal-Mart und 157 von Carrefour – und beschäftigt dort 6.833 MitarbeiterInnen (Metro 2009b: 92). Die Tatsache, dass trotz einer Zunahme an Filialen die Beschäftigtenzahl im Vergleich zu 2008 um 1.308 zurückgegangen ist, geht vermutlich auf einen verstärkten Einsatz externer Beschäftigter zurück, wie dies auch die Forschungsergebnisse in der vorliegenden Studie (s. Kapitel 3) nahelegen. Im Jahr 2008 erzielte Metro in China einen Umsatz in Höhe von rund 1 Mrd. € (Metro 2009c).

In seinen chinesischen Cash & Carry-Märkten bedient Metro an 365 Tagen im Jahr mit Öffnungszeiten bis 22 Uhr mehr als 3 Mio. Gewerbetreibenden (ebd.). Die Frischprodukte stammen zu 90% aus der Region.

Metro bezieht in China ca. zwei Drittel der aus Asien importierten Produkte. Durch die RFID-Technologie, mit der Waren ohne Berührung und Sichtkontakt identifiziert werden können, hat Metro seit 1996 seinen Warenfluss entlang der Lieferkette optimiert.

Nachdem sich das Engagement von Metro in China bisher auf die Großhandelssparte beschränkt hatte, ist für das Jahr 2010 eine Ausweitung auf den Elektronik-Facheinzelhandel geplant. Ein Joint Venture von Metro (75%) und dem taiwanesischen Unternehmen Foxconn Technology (25%), dem weltgrößten Hersteller von Elektronik und Computerteilen, bereitet für 2010 erste Standorte in Shanghai vor – der Stadt, in der von Mai bis Oktober 2010 die Welt-Expo stattfindet. Foxconn geriet im Mai 2010 in die Schlagzeilen der Weltpresse, nachdem seit Anfang des Jahres der 13. Mitarbeiter von insgesamt 330.000 am Standort Shenzhen Selbstmord verübt hatte (The Economist 27.05.2010). Metro ist offizieller Sponsor für den Auftritt der Stadt Düsseldorf auf der Expo in Shanghai. Mit einem Investitionsvolumen von 1,5–2 Mrd. € sind bis 2015 rund 100 neue Fachläden von Media Markt und Foxconn in China geplant.

Im Unterschied zu Wal-Mart und Carrefour stand die Geschäftspraxis von Metro in China bisher nicht in der Kritik der chinesischen und internationalen Öffentlichkeit. In einem Wal-Mart-Markt hatte im Jahr 2006 ein Mitglied der

staatlichen Einheitsgewerkschaft ACGB gewerkschaftliche Rechte eingefordert und erhebliches Aufsehen unter den Beschäftigten und in der Öffentlichkeit des In- und Auslands erregt. Nach anfänglichem Widerstand des Unternehmens, das weltweit für seine anti-gewerkschaftliche Haltung bekannt ist, wurde die ACGB in den chinesischen Standorten von Wal-Mart schließlich zugelassen.

Nach dem Empfang des tibetischen religiösen Oberhauptes Dalai Lama beim französischen Staatspräsidenten Sarkozy im Vorfeld der Olympiade 2008 in Beijing kam es zeitweilig zu breit publizierten Kaufboykottaufrufen gegen Carrefour in China, die jedoch nach wenigen Wochen abebbten.

Hingegen war Metro in China bisher ausschließlich in der Großhandelssparte engagiert, in der der Arbeitsalltag der Beschäftigten einer breiten Öffentlichkeit schwerer zugänglich ist als im Einzelhandel. Auch die Beschaffungspraxis von Metro in China und die sozialen Bedingungen bei chinesischen Zulieferern sind bisher kein Gegenstand von Untersuchungen und Kampagnen internationaler Bündnisse wie z.B. der Clean Clothes Campaign gewesen.

Globale soziale Unternehmensverantwortung und Metro

»Neben den finanziellen Zielen verfolgt die METRO Group auch nicht-finanzielle, die sogenannten weichen Ziele. (...) Im Bereich der Nachhaltigkeit hat die METRO Group (...) zahlreiche nicht finanzielle Ziele definiert und veröffentlicht. Sie betreffen die Bereiche Lieferkette/Produkte, Umwelt, Mitarbeiter sowie Gesellschaft und Soziales« (Metro 2009b: 125).

Treffender lässt sich der Symbolcharakter einer Politik der globalen Sozialverantwortung von Unternehmen (Corporate Social Responsibility = CSR), wie sie Metro im jüngsten Geschäftsbericht formuliert, kaum darstellen.



Lohnstreifenabrechnung bei Metro-Zulieferer Evergreen in Zhuhai, Foto: Ingeborg Wick

Offensichtlich dürfen Maßnahmen zur weltweiten Sicherstellung fairer und gerechter Arbeitsbedingungen und zur Umsetzung der Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (IAO), für die sich die Metro nach eigenen Angaben engagiert, nichts kosten. Ohne das finanzielle Engagement von Importunternehmen wie Metro jedoch bleiben CSR-Schritte Makulatur. Denn schließlich sind es multinationale Einkaufsunternehmen in arbeitsintensiven Industrien, die Arbeitsbedingungen entlang globaler Lieferketten steuern (Gereffi 2005). Ihre Einkaufspraktiken – angefangen von Preisdruck bis hin zu Lieferfristen – haben in den letzten Dekaden für eine soziale Abwärtsspirale in Branchen wie der Textil- und Bekleidungs- sowie der Elektronik-Industrie gesorgt.

Insofern müssen Maßnahmen zur globalen Sozialverpflichtung dem Kernbereich des Einkaufs zugeordnet werden, in dem es um die Preisgestaltung von Lieferverträgen geht, die auch eine Einhaltung arbeitsrechtlicher Grundnormen erlaubt.

Im Unterschied zu zahlreichen weltweit führenden Handels- und Markenunternehmen hat Metro die CSR-Thematik erst relativ spät aufgegriffen. Während Nike, Reebok, Otto und zahlreiche andere multinationale Unternehmen freiwillige Selbstverpflichtungen für die Einhaltung von Sozialstandards bei weltweiten Lieferanten in den 1990er Jahren veröffentlicht haben, verabschiedete Metro seine »Leitlinien zur Sozial-

partnerschaft« erst im Jahr 2004. An dem Programm zur Verbesserung von Sozialstandards in elf Entwicklungs- und Schwellenländern, das die Außenhandelsvereinigung des Deutschen Außenhandels (AVE) und die Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) von 2002 bis 2006 durchführte, beteiligte sich auch die Metro. Aus diesem Programm ging 2003 unter Beteiligung der Metro die Gründung der »Business Social Compliance Initiative« (BSCI) hervor, die heute mehr als 500 Mitgliedsunternehmen hat (s. www.bsci-eu.org) und 2008 vom Deutschen Netzwerk Wirtschaftsethik für ihre Arbeit ausgezeichnet worden ist.

Das erklärte Ziel der BSCI ist eine Verbesserung von Sozialstandards in den globalen Zulieferketten von Mitgliedsunternehmen. Sie beruft sich dabei auf die Menschenrechtscharta der UNO, auf die UN-Konvention über die Rechte von Kindern und auf IAO-Konventionen, wobei jedoch Formulierungen wie z.B. die UN- und IAO-Forderung nach einem Existenz sichernden Lohn abgeschwächt wurden. Die BSCI-Mitgliedschaft von Unternehmen ist eine freiwillige Selbstverpflichtung. Die BSCI steht ausdrücklich in Opposition zu bindenden gesetzlichen Regelungen, wie sie beispielsweise das Europäische Parlament seit 1999 fordert. In ihrer Arbeit lässt sich die BSCI von Nichtregierungsorganisationen (NROs) und Gewerkschaften beraten.

Allerdings hat eine breite Öffentlichkeit die BSCI wegen der fehlenden unabhängigen Kontrolle und mangelhaften demokratischen Teilhabe von Interessenvertretungen der Beschäftigten auf der Entscheidungsebene kritisiert (*Merk/Zeldenrust 2005*). Die Kampagne für Saubere Kleidung – ein internationales Bündnis von über 250 NROs und Gewerkschaften – bemängelt ebenso die fehlende Forderung nach einem Existenz sichernden Lohn. Sie bezeichnet die Mitgliedschaft von Unternehmen in der BSCI als einen symbolischen Schritt und fordert stattdessen deren Engagement in unabhängigen Verifizierungseinrichtungen sowie bindende (über-)staatliche Regelungen zur globalen sozialen Rechenschaftspflicht von Unternehmen.

Seit 2002 gibt die Metro Group im Zweijahresrhythmus Nachhaltigkeitsberichte heraus, in denen sie über ihre Aktivitäten zu Umweltfragen sowie gegenüber in- und ausländischen MitarbeiterInnen und Lieferanten Auskunft gibt. Darin berichtet sie zum Beispiel über die Überprüfung

und Schulung von globalen Lieferanten sowie die Überwachung der Einhaltung von Korrekturmaßnahmen im Falle festgestellter Arbeitsrechtsverletzungen.

Im Jahr 2009 gründete die Metro einen Nachhaltigkeitsrat, der die Aktivitäten in allen Geschäftsfeldern des Konzerns bündeln und steuern soll (www.greenerbrands.de 23.09.2009). Die Gründung dieses Gremiums unter Leitung des Vorstandsvorsitzenden Cordes demonstriert, dass Metro den Stellenwert der CSR-Thematik inzwischen höher als zuvor ansiedelt und ihm eine große Zukunftschance einräumt.

Skandal bei Metro-Lieferant RL Denim in Bangladesch

Wie weiter oben angegeben, geriet Metro im Mai 2009 wegen seiner globalen Beschaffungspraxis erstmals in die Schlagzeilen in- und ausländischer Presseorgane. Die US-amerikanische Nichtregierungsorganisation »National Labor Committee« (NLC) hatte massive Arbeitsrechtsverletzungen bei dem Zulieferer RL Denim in Bangladesch aufgedeckt (*Spiegel Online* 09.05.2009 u.a.). Bei dem Bekleidungslieferanten, der seit 2003 für Metro fertigte, waren ArbeiterInnen geschlagen, Löhne zurückgehalten und exzessive Überstunden angeordnet worden. Während der Akkordarbeit war eine Frau zusammengebrochen und gestorben, nachdem ihr ein Arztbesuch verwehrt worden war.

Metro brach daraufhin die Geschäftsbeziehungen zu dem Lieferanten ab, was eine Welle der Empörung im In- und Ausland auslöste (*CCC et al. 2009*). Metro wurde stattdessen aufgefordert, für menschenwürdige Arbeitsbedingungen bei diesem Zulieferer zu sorgen und keine Politik des Geschäftsabbruchs im Falle öffentlicher Kritik an Missständen bei Zulieferern zu betreiben. Aufgrund des öffentlichen Drucks erklärte sich Metro bereit, die Lieferbeziehungen mit RL Denim Mitte Juni 2009 wieder aufzunehmen. Allerdings war dieser Schritt nicht mit grundsätzlichen Verbesserungen seiner Beschaffungspolitik verbunden, wie z.B. der Mitgliedschaft in einer unabhängigen Verifizierungseinrichtung oder einer Offenlegung seiner Einkaufspraxis gegenüber Lieferanten (*ebd.*).

Was die soziale Unternehmensverantwortung von Metro bei chinesischen Zulieferern angeht,

so konnte sich im November 2009 eine deutsche Gewerkschaftsdelegation beim Besuch eines Textillieferanten im südchinesischen Perlflossdelta einen Einblick verschaffen (*SÜDWIND 2009: 10–11*). Dabei handelte es sich um einen Betrieb, der in der Vergangenheit aufgrund seiner Umwelt- und Sozialpolitik schon mehrfach von der lokalen Regierung ausgezeichnet worden war. Bei ihrem Rundgang konnte sich die Delegation von modernen und sauberen Fabrikhallen ein Bild machen. Die Angaben der Betriebsleitung zu den Arbeitsbedingungen hoben sich positiv von zahlreichen Praxiserfahrungen aus dieser Branche ab. Jedoch wurde die Besuchergruppe Zeugin unmenschlicher Akkordarbeit in der Produktion. Die gesetzlichen Mindestlöhne von umgerechnet ca. 70–100 € decken die Grundbedürfnisse der Beschäftigten nur so knapp ab, dass sie auf Überstunden angewiesen sind. Der Betrieb wird nur alle drei Jahre extern von der BSCI überprüft. Auch konnten die Unternehmensangaben nicht durch unabhängige Interessenvertreterinnen der Beschäftigten bestätigt werden, da es in China keine Vereinigungsfreiheit gibt.

Metro-Angestellte und Lieferanten in Indien

In zwei jüngsten Studien hat die Nichtregierungsorganisation Oxfam die Arbeitsbedingungen von Metro-Angestellten und -Lieferanten in Indien kritisiert (*Oxfam 2009 und Oxfam 2010*). Diese Studien belegen, dass Metro sowohl bei Angestellten als auch bei Obst- und Gemüselieferan-

ten in Indien elementare Arbeitsrechte verletzt. Hierzu zählen Löhne unter der Armutsgrenze, Diskriminierung weiblicher Beschäftigter und die Missachtung von Gewerkschaftsrechten. Bei der sozialen Verantwortung von Metro klafft eine erhebliche Lücke zwischen Anspruch und Wirklichkeit, wie die beiden Oxfam-Studien zeigen.

Nachhaltiges Einzelhandelsunternehmen 2009

Vor dem Hintergrund der verfehlten CSR-Praxis von Metro ist die Auszeichnung von Real und Galeria Kaufhof zu »Nachhaltigen Einzelhandelsunternehmen 2009« durch die Verbraucher Initiative unverständlich. Die Verbraucher Initiative gründete ihre Auszeichnung in Bronze für beide Metro-Vertriebslinien lediglich auf Selbstauskünften, die Einzelhandelsunternehmen bei einer Fragebogenaktion im Frühsommer 2009 erteilt hatten (*www.nachhaltig-einkaufen.de*). Ihre Auszeichnung verband die Verbraucher Initiative mit der Aufforderung an KonsumentInnen, beim Einkauf auch das unternehmerische Engagement im Einzelhandel zu berücksichtigen (*Verbraucher Initiative 2009*).

Eine Kaufempfehlung auf der Basis von unternehmerischen Selbstauskünften ist jedoch fragwürdig. Solange sich Unternehmen auf freiwillige und unverbindliche globale Sozialverpflichtungen zurückziehen können, wird sich im globalen Wettbewerb an der Grundproblematik von Rechtsverstößen im Arbeitsalltag der Beschäftigten nichts Wesentliches ändern (s. Kapitel 7).

Trinkbecher der NäherInnen bei Metro-Zulieferer Evergreen in Zhuhai, Foto: Ingeborg Wick



6. Unternehmensportrait Aldi: Discounter verschärfen Preiskrieg im Einzelhandel

Der langjährige Kampf um Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel spitzte sich durch die Folgen der weltweiten Wirtschafts- und Finanzkrise seit 2008 noch einmal deutlich zu. Gesunkene Beschaffungskosten für Nahrungsmittel und ein geringerer Anteil der Konsumgüternachfrage am gesamten privaten Konsum bei sinkender Flächenproduktivität führten zu monatelangen Preisschlachten, an deren Spitze die Discounter standen. Drastische Preissenkungen vor allem des Discountmarktführers Aldi haben die Erträge im gesamten deutschen Lebensmitteleinzelhandel deutlich gesenkt (LZ 28.01.2010). Hier belief sich bei einem Gesamtvolumen von 220 Mrd. € im Jahr 2009 das Minus gegenüber dem Vorjahr auf 0,5% (ddp 19.03.2010).

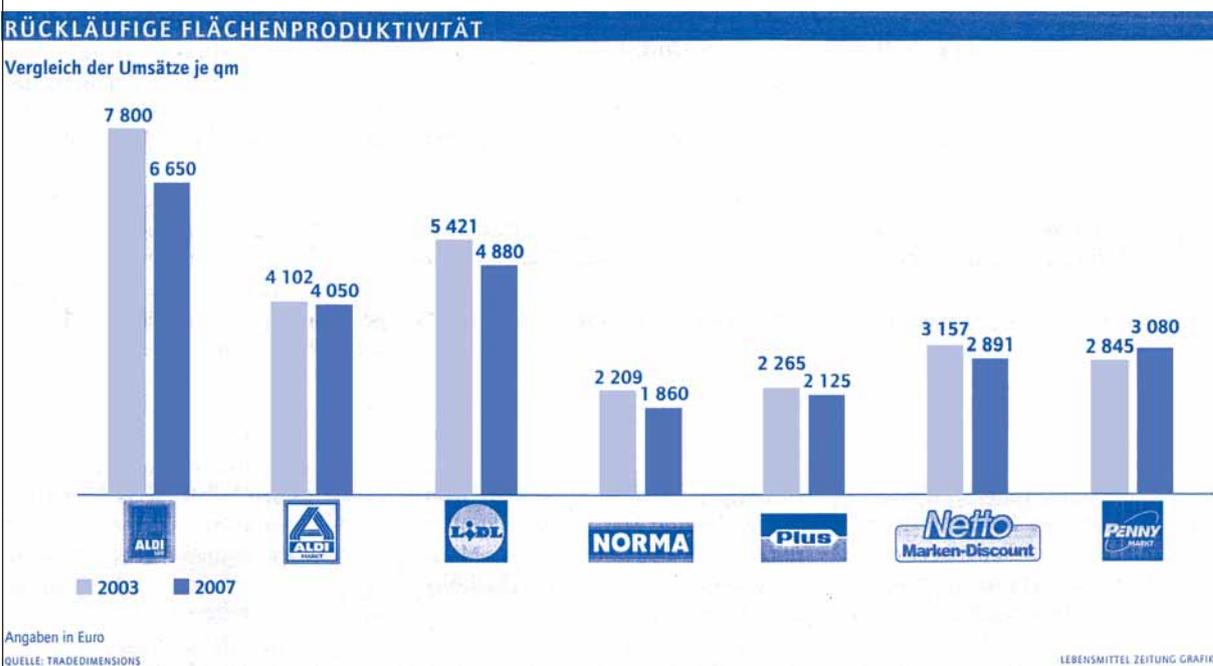
Aldi hatte 2009 die Preise für insgesamt 250 Artikel gesenkt (ebd.) – zum Teil bis zu 18% wie im Falle von Zucker und Mehl (Spiegel Online 28.11.2009). Obwohl dies 2009 zu Umsatzrückgängen bei Aldi Nord um 3–4% und bei Aldi Süd um 1–2% führte, konnte die Unternehmens-

gruppe Aldi den Gewinn dennoch halten (LZ 28.01.2010). Aldi Nord und Aldi Süd verzeichnen hohe Umsatzrenditen von knapp 5% (Jensen/Schwarzer 2010: 32) – im Vergleich dazu liegt die Rendite bei Lidl nur bei ca. 1,3% (Jensen/Schwarzer 2009). Im Jahr 2008 hatte Aldi Nord z.B. seinen Gewinn um ca. 30% gesteigert (LZ 28.01.2010) und damit die Voraussetzungen für die auch in Zukunft geplanten Preissenkungen geschaffen. Unter den Rahmenbedingungen des verschärften Wettbewerbs setzen Aldi und die anderen Discounter offensichtlich auf Preissenkungen als zentrales Instrument gegen Mitkonkurrenten.

Insbesondere im Nonfood-Bereich (Haushaltswaren, IT-Produkte, Textilien etc.) des Lebensmitteleinzelhandels ging der Privatkonsum in Deutschland in den letzten Jahren kontinuierlich zurück. Zwischen 1998 und 2008 sanken die Ausgaben der Privathaushalte im Bereich Textil, Einrichtungsgegenstände und Haushaltsgeräte von 14,4% auf 12% der gesamten Konsumausgaben, während sie gleichzeitig z.B. bei Aus-

Grafik 1:
Rückläufige Flächenproduktivität

Quelle: LZ 20.6.08



Discountpionier Aldi

Die Aldi-Brüder sind die **Pioniere des Hard Discount-Konzepts** im deutschen Einzelhandel. Die Kernelemente ihrer 1960 begründeten Geschäftsphilosophie sind:

- ein begrenztes Kernsortiment von zunächst 400, heute 700 Basisartikeln des täglichen Gebrauchs (ein normaler Supermarkt bietet ca. 25.000 Artikel an),
- eine relativ kleine Verkaufsfläche von zunächst ca. 200 m², und heute bis ca. 600 m²,
- eine Ansiedlung der Filialen in den Stadtzentren,
- eine schmucklose Präsentation der Waren,
- ein geringer Personalaufwand und Service,
- kein Fachpersonal und keine Lehrlingsausbildung,
- ein hoher Arbeitsdruck der Beschäftigten sowie weit verbreitete gewerkschaftsfeindliche Praktiken,
- die fast ausschließliche Verwendung von Eigenmarken, hinter denen sich oft teurere Markenartikel verbergen sollen.

Dieses Konzept garantierte eine enorme Durchlaufgeschwindigkeit der Produkte. Der Arbeitskostenanteil an den Gesamtkosten betrug 2007 lediglich 6,9% – in Supermärkten dagegen 13,9% (*EHI 2008: 315*). Aldi kam die kommunale Verkaufsflächenregulierung in Deutschland ab Ende der 60er Jahre zugute, durch die der mittelständische Einzelhandel geschützt werden sollte: Diese Regulierung verhinderte die Ansiedlung großflächiger Betriebsformate von mehr als 700 m² Verkaufsfläche in den Stadtzentren und machte Sortimentsvorgaben (*Wortmann 2003: 8*). Mit diesem Betriebsformat und einigen Fortentwicklungen ist es Aldi bis heute gelungen, die Nr. 1 im deutschen Lebensmitteldiscountgeschäft zu bleiben.

Zu den Neuerungen des Aldi-Discountkonzepts gehörten in den letzten Jahren vor allem ein breiteres Sortiment, eine bessere Präsentation der Waren, eine leichte Erhöhung des Anteils von Markenartikeln, mehr Lockangebote (Aktionswaren), mehr Convenience-Artikel (verzehrfertige Waren), Bioprodukte und einige wenige Fair-Trade-Waren sowie ein Anwachsen des e-commerce.

gaben für Wohnung, Wasser und Energie von 23,3% auf 24,8% stiegen (*Metro 2009a: 5*).

Auch die abnehmende Flächenproduktivität im Lebensmitteleinzelhandel in den letzten Jahren trägt zu einer verschärften Wettbewerbssituation bei. Obwohl der Einzelhandel in Deutschland in den letzten Jahren generell nur geringe Zuwächse verzeichnete bzw. stagnierte – von Ausnahmen einzelner Unternehmen abgesehen – ist die Verkaufsfläche dennoch immer weiter angestiegen. Während dieser Zuwachs in den Jahren 2005 und 2006 jeweils ca. 1 Mio. Quadratmeter betrug, belief er sich 2007 auf 1,6 Mio. Quadratmeter (*LZ 20.06.2008*). Insgesamt verzeichnet Deutschland 120 Mio. Quadratmeter Verkaufsfläche im Einzelhandel. Die Ausweitung der Fläche hat jedoch angesichts des sinkenden Konsums zur Folge, dass die Flächenproduktivität der meisten Einzelhändler sank.

Mit der Übernahme der meisten Plus-Discountläden von Tengelmann durch Netto (Kon-

zernmutter: Edeka) im Jahr 2008 ist die Konzentration des deutschen Lebensmitteleinzelhandels weiter gewachsen. Den führenden Discountern Aldi und Lidl steht nun an dritter Stelle der mächtige Konkurrent Netto gegenüber. Da Netto insbesondere auf das Markendiscountgeschäft setzt, in dem Lidl sein Profil gegen Aldi geschärft hat, wächst hier der Druck insbesondere auf Lidl. Der Discountermarktanteil im deutschen Lebensmitteleinzelhandel wächst immer weiter an und betrug im Jahr 2008 41,9% (im Vergleich 2006: 39,9%) – vor allem zu Lasten kleinflächiger Betriebsformate wie kleinen Super- und Verbrauchermärkten (*Metro 2009a: 24*). In Deutschland entfallen heute 90% des Marktvolumens auf nur sechs Anbieter: Edeka, Rewe, die Schwarz-Gruppe (Lidl, Kaufland u.a.), Aldi, Metro und Tengelmann. Mit dem 2010 geplanten Verkauf von Galeria Kaufhof und Real durch Metro sind weitere Expansionen von Marktanteilen einzelner Anbieter in dieser Branche wahrscheinlich.

Kennzahlen zur Unternehmensgruppe Aldi

Die 1960 gegründete Aldi-Gruppe ist im Besitz der beiden Brüder Karl und Theodor Albrecht, die zu den reichsten Männern der Welt gehören: Das Vermögen der beiden Albrecht-Brüder wird auf ca. 34 Mrd. € geschätzt (*Jensen/Schwarzer 2010: 30*), während der 90-jährige Karl Albrecht (Aldi Süd) als reichster Deutscher allein ein Vermögen von ca. 17 Mrd. € besitzt und damit auf Platz 10 der Forbes-Liste 2010 der weltweiten Milliardäre steht (*Forbes 2010*).

Die Aldi-Gruppe setzt sich aus den beiden relativ selbständig operierenden Unternehmensteilen Aldi Nord (Essen) und Aldi Süd (Mühlheim/Ruhr) zusammen, deren Rechtsform eine GmbH & Co. OHG ist. Obwohl beide Unternehmen eigene Einkaufsgesellschaften haben, sprechen sie sich bei Einkauf ihrer Waren ab (*Freitag 2006: 31*). Aldi wird von Herstellern und Handelsunternehmen beliefert und besitzt bis auf eine Kaffeerösterei keine eigenen Produktionsstätten.

Durch die Aufteilung der Aldi-Gruppe in rechtlich selbständige Untergesellschaften (*Aldi Süd: 31, Aldi Nord: 35*) entzieht sich Aldi weitgehend einer Veröffentlichung von zentralen Geschäftsdaten und gewerkschaftlichen Kontrollen. Aldi gilt nicht als Konzern und ist deshalb nicht zur Veröffentlichung einer Konzernbilanz verpflichtet.

Mit einem geschätzten Gesamtumsatz von 44,9 Mrd. € belegte Aldi im Jahr 2008 Platz 10 der weltweit größten Lebensmittelhandelsunternehmen (*Metro 2009a: 71*). Aldi erwirtschaftet ca. 50% seines Umsatzes in Deutschland und stand damit 2008 unter den Top-Unternehmen dieser Branche auf Platz vier (*ebd.: 20*).

Unter den deutschen Discountern belegt Aldi nach wie vor die erste Stelle.

Hingegen hat im Europaranking der Discounter die Schwarz-Gruppe mit der Vertriebslinie Lidl den Spitzenreiter Aldi überholt: Aldi steht 2008 auf Platz 2, gefolgt von Penny (Rewe-Gruppe) sowie den Discountlinien von Carrefour, Tengelmann und Edeka (*Statista 2010*).

Der Jahresgewinn 2006 von Aldi wird auf 1 Mrd. € geschätzt (*Liedtke 2007: 16*).

Aldi unterhält ein Filialnetz von mehr als 7000 Filialen in 18 Ländern, davon 4.250 in Deutschland (*Aldi 2010*).

Aldi-Beschäftigte

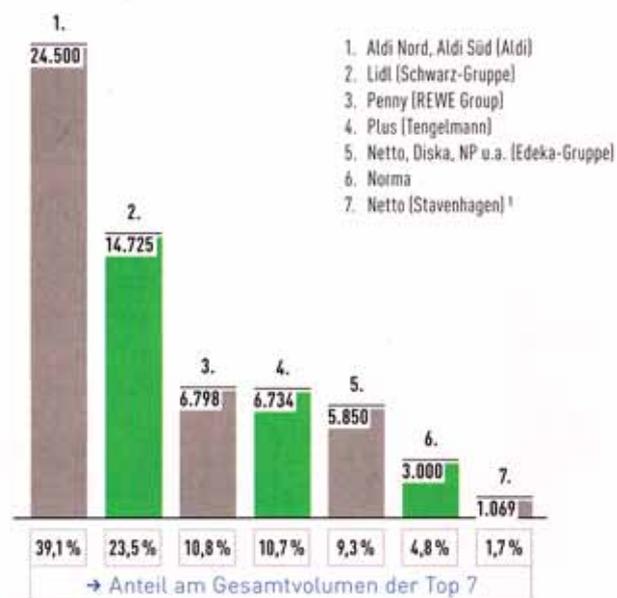
Aldi hat weltweit ca. 200.000 Beschäftigte (*Glau-bitz 2009*), davon etwa 50.000 in Deutschland (s. Bilanzen der Regionalgesellschaften 2008). Aldi gilt in einer breiten Öffentlichkeit als ausgesprochen soziales Unternehmen, doch ist der Druck auf die Beschäftigten mit zunehmender Konkurrenz im Discountgeschäft und Lebensmitteleinzelhandel in den letzten Jahren immer weiter gewachsen.

Die übertarifliche Bezahlung der Beschäftigten in deutschen Aldi-Filialen wird durch häufig ge-

Grafik 2:
Die größten Discounter in Deutschland

→ Bruttoumsatz 2008 in Mio. EUR

Gesamtvolumen der Top 7: 62.676



¹ EDEKA mit 25% beteiligt

(Quelle: Metro 2009a: 28)

forderte unbezahlte Mehrarbeit zunehmend unterminiert (s. *Monitor-Bericht* ARD 26.03.2010). Auch Abrufarbeit ist ein Problem in Aldi-Filialen (*Banderman* 2010).

Mit dieser Praxis ist Aldi im deutschen Einzelhandel allerdings kein Einzelfall. Hier haben sich durch die Deregulierung und Flexibilisierung der Arbeitsmärkte in den letzten Jahrzehnten die Arbeitsbedingungen für das Gros der Beschäftigten kontinuierlich verschlechtert. Der Einzelhandel ist die größte Niedriglohnbranche in Deutschland (*Verdi* 2009).

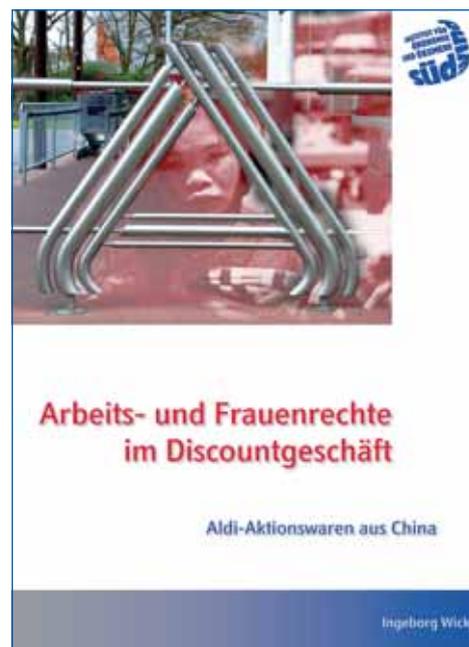
Generell liegen die tariflichen Entgelte im deutschen Einzelhandel, in dem 70% der Beschäftigten Frauen sind, 20% unter dem Durchschnitt der Wirtschaft (*ebd.*). Im Jahr 2008 erhielten 12% der Beschäftigten sogar einen Bruttostundenlohn von weniger als 5 €; im Lebensmitteleinzelhandel sind zwei von drei Arbeitskräften teilzeitbeschäftigt, die meisten davon in Minijobs, die seit 2000 um 23% zugenommen haben (*ebd.*). Von den geringfügig Beschäftigten erhalten 86,6% Niedriglöhne. Zudem ist die Arbeitsbelastung gestiegen: Die zu betreuende Fläche wuchs trotz Personalabbau seit 2000 um 11% an (*ebd.*).

Die Situation von Beschäftigten in österreichischen Hofer (=Aldi)-Filialen kennzeichnet ein Bereichsleiter folgendermaßen:

»Druck gehört zu Aldis Geschäftsphilosophie: Mindestens 30 Artikel pro Minute muss eine

Kassiererin über die Scannerkassen schleusen. Sind es weniger, ist sie weg vom Tisch'. (...) Am Abend teilt der Filialleiter den Umsatz durch die Summe der Arbeitsstunden pro Mitarbeiter. Sein Gehalt bemisst sich am Ergebnis, der Leistungszahl. Steigern kann der Filialchef seine Bezüge, indem er die Aufgaben im Markt auf weniger Mitarbeiterinnen verteilt und selbst überall einspringt, wo Engpässe entstehen. Die Unterschiede zwischen den Märkten sind erheblich. Manche erreichen mit derselben Anzahl Mitarbeiter doppelt so hohe Leistungszahlen wie andere.« (*Brueck* 2008)

Nach Angaben der deutschen Dienstleistungsgewerkschaft ver.di schüchtern viele Discounter Beschäftigte ein: »Es gehört zu den Führungsprinzipien vieler Discounter, Leistungsdruck und ein Klima der Angst zu erzeugen«, so ver.di-Handelssekretär Achim Neumann in der FR vom 31.3.08. Neben der Drogeriekette Schlecker ließ auch Aldi Beschäftigte durch Kameras heimlich überwachen (*Grill* 2008). Das Magazin »Stern« berichtete am 26.3.08, dass Lidl im Jahr 2007 Beschäftigte mit versteckten Kameras ausspionieren ließ. Privatdetektive hatten in Lidl-Filialen in Niedersachsen, Rheinland-Pfalz, Berlin und Schleswig-Holstein intime Details aus dem Privatleben der Angestellten protokolliert. Bereits 2004 war diese Praxis von Lidl bei der Verleihung der Negativ-Auszeichnung »Big Brother Award« kritisiert worden (*Schüddemage* 2008).



Im Zuge staatsanwaltlicher Ermittlungen in der Siemensaffäre waren 2008 auch geheime Zahlungen von Aldi an die arbeitgeberfreundliche »Gewerkschaft« AUB bekannt geworden. Laut ver.di geht es dabei um eine Bestechungssumme in Höhe von 350.000 € (*Kniesburgers 2008*). Im August 2008 hat die Gewerkschaft Strafanzeige gegen Aldi Nord wegen Bestechung und Beeinflussung von Betriebsratswahlen gestellt. Seither ist die Anzeige bei der Staatsanwaltschaft Essen anhängig.

Während Aldi Süd-Standorte fast durchweg »gewerkschafts- und betriebsratsfreie Zonen« sind, gibt es in den meisten Filialen, Fuhrparks und Zentrallagern von Aldi Nord Betriebsräte. Diese setzen sich mehrheitlich aus VertreterInnen der DGB-Mitgliedsgewerkschaft ver.di (Norddeutschland) bzw. der »Aktionsgemeinschaft Unabhängiger Betriebsbeschäftigter = AUB (Ostdeutschland)« zusammen.

Der wachsende Druck von Discountern auf Beschäftigte muss vor dem Hintergrund des Strukturwandels im Einzelhandel in den letzten Jahrzehnten und seinen Folgen für die Arbeitsbeziehungen gesehen werden.

Integraler Bestandteil dieses Strukturwandels ist eine Auflösung traditioneller Beschäftigungsverhältnisse, wie sie zumindest in den Industrieländern bis nach dem 2. Weltkrieg für große Teile der abhängig Beschäftigten galten. Wenn auch die Löhne im Einzelhandel als klassischer Frauendomäne zu den Niedriglöhnen im deutschen Tarifgefüge gehören, so genossen die Beschäftigten bis in die 60er Jahre hinein doch einen gewissen Grad an arbeits- und sozialrechtlichem Schutz.

Mit dem Rückzug staatlicher Regulierung der Arbeitsmärkte seit den 70er Jahren jedoch nahmen im Einzelhandel Teilzeitarbeit, Mini-Jobs, Leih- und Abrufarbeit zu und mit ihnen die sozialversicherungsfreie Beschäftigung und Leistungsverdichtung. Reallöhne sanken. Eine betriebliche Aus- und Fortbildung findet in der Regel in deutschen Discountunternehmen nicht statt (*Wortmann 2004: 435*). Obwohl eine Flexibilisierung der Arbeit den Bedürfnissen des überwiegend weiblichen Personals im Einzelhandel oft entgegenkommt, da sie eine bessere Kombination mit der Haus- und Familienarbeit erlaubt, steht die Prekarisierung den Bedürfnissen nach sozialer Sicherheit entgegen. Von den im deutschen Einzelhandel 2,5 Mio. Beschäftig-

ten – davon 70% Frauen – arbeiteten im Jahr 2003 etwa ein Drittel geringfügig, d.h. mit nur minimalem arbeits- und sozialrechtlichen Schutz. Dieser Anteil ist von 2000–2003 um 50% gestiegen. Durch diese Prekarisierung sowie die Ausgliederung von Arbeitsschritten an externe Betriebe (z.B. Gebäudereinigung, EDV, Sicherheitspersonal etc), wird die Interessenvertretung der Beschäftigten erschwert. Die Gewerkschaftsfeindlichkeit ist eine Politik von Wal-Mart, Lidl, Aldi-Süd und Schlecker.

Der Druck auf die Beschäftigten findet nicht nur in den eigenen Filialen von Einzelhandelsunternehmen – insbesondere Discountern – statt, sondern auch in Zulieferbetrieben im In- und Ausland. Diese Hersteller geben den Preis- und Lieferdruck von Einkäufern an die schwächsten Glieder der Kette, die Beschäftigten, weiter. Wie dies im Falle der Beschaffung von Aktionswaren für Aldi in chinesischen Zulieferfabriken im Einzelnen aussieht, wird in Kapitel 3 dieser Publikation beschrieben.

Aldi-Aktionswaren

Durch Lockangebote bzw. Aktionswaren konnten Lebensmitteleinzelhandelsunternehmen in den letzten Jahren kontinuierlich neue Käufer-schichten erreichen und Marktanteile auf Kosten anderer Anbieter wie z.B. des klassischen Fachhandels erhöhen. Aktionswaren sind zu einem Kernelement im Konkurrenzkampf von Unternehmen nicht nur im Lebensmitteleinzelhandel, sondern auch bei Dienstleistungen geworden.

Zum Lebensmitteleinzelhandel und damit auch zu seiner Betriebsform der Discounter in Deutschland zählen jene Einzelhandelsgeschäfte, bei denen ca. 80% des Umsatzes mit Nahrungs-, Wasch- und Reinigungsmitteln sowie 20% mit sonstigen Waren erzielt werden (*Bundeskartellamt 2008: 26–27*).

Sonstige Waren sind Textilien, Zeitungen und Zeitschriften, Kleinelektroprodukte, Pflanzen und Blumen, Metall-, Freizeit- und Haushaltswaren, die typischerweise nicht unbedingt von VerbraucherInnen im LEH erwartet werden (*Bundeskartellamt 30.6.08: 26*) und die in der Regel nicht ständig angeboten werden. In den letzten Jahren sind diese Waren zunehmend durch Dienstleistungsprodukte ergänzt worden, um neue KundInnen anzulocken, wie z.B. günstige



Aldi-Aktion Essen 2008,
Foto: Evangelische Pressestelle Essen

Handy- oder DSL-Nutzungsverträge, Abenteuerpauschalreisen oder Schnäppchentickets bei der Deutschen Bahn.

Der Vormarsch der Discounter im deutschen und internationalen Lebensmitteleinzelhandel ist nicht nur in ihrem Geschäftsmodell einer besonders scharfen Kostenkalkulation im Grundsortiment, sondern auch im Aktionswarenbereich begründet. Durch preisaggressive Aktionswaren gelang es Discountern sogar, in Spitzenpositionen einiger Branchen wie z.B. dem Textileinzelhandel und dem Handel mit IT-Produkten vorzudringen.

So waren in Deutschland im Jahr 2008 unter den größten zehn Unternehmen des Textileinzelhandels vier Discounter vertreten (KiK, Aldi, Lidl und Tchibo) – im Unterschied zu zwei Discountern vor zehn Jahren.

Flashmob-Aktion in Bonner Aldi-Filiale,
Foto: Aktionsbündnis Gerechter Welthandel Bonn



Nachdem Aldi im Jahr 1998 seinen ersten PC zu einem bis dahin undenkbareren Preis von 999,- DM angeboten und davon 200.000 Exemplare verkauft hatte, arbeitete sich sein Lieferant Medion bis zum Jahr 2002 an die Spitze der PC-Händler in Deutschland vor (*Fiutak 2003*). Bald danach stagnierte jedoch der PC-Absatz von Medion bei Aldi, und das Unternehmen orientierte sich auf andere Händler, bis sein Engagement bei Aldi Anfang 2008 wieder fortgesetzt wurde.

Im Durchschnitt bieten Discounter in Deutschland 325 Aktionsartikeltypen an (*EHI 2008: 326*). Diesen Artikeltypen werden insgesamt ca. 100 Saison- und 2000 Basisprodukte zugeordnet (*LZ 20.6.08*).

Durch das Vorrücken von immer mehr Wettbewerbern im Discountgeschäft, eine gewisse Marktsättigung bei langlebigen Gütern und einem generell stagnierenden Konsumklima ging jedoch der Absatz von Aktionswaren im Jahr 2007 bei allen Billiganbietern zurück (*ebd.*).

Aldi macht ca. 20% seines Gesamtumsatzes mit dem Verkauf von Aktionswaren (*ebd.*). Noch vor wenigen Jahren hat dieser Anteil nach Schätzungen von BranchenkennerInnen etwa 30% betragen.

Mit dem intensivierten Wettbewerb im Discountgeschäft ist inzwischen die Häufigkeit von Aktionswarenangeboten drastisch gestiegen: Während ehemals Aldi drei Artikel in vier Wochen anpries (*Rickens 2006*), ist die Zahl mittlerweile auf ca. 50 Artikel pro Woche gestiegen.

Nach ExpertInnenmeinung bietet Aldi jährlich mehr als 3.000 Aktionswaren an, mit steigender Tendenz. Nach einem Rückgang der Umsätze mit Aktionswaren in den letzten Jahren soll dieser Trend jedoch seit Anfang 2010 gestoppt worden sein.

Ein weiterer Ausdruck für die gestiegene Konkurrenz im Aktionswarenmarkt ist der im Zeitraum 2007/2008 um 33,6% gestiegene Werbeetat von Aldi (*LZ 17.10.08*), wobei er noch vor wenigen Jahren nur ca. 100 Mio. € betrug (*Brandes 2006:159*).

Den größten Teil am Umsatz mit Aktionswaren stellen Textilien dar. Der Anteil von Textilien am Volumen der Aktionswaren beträgt nach Angaben von KennerInnen der Branche ca. 20%.

Aktionsartikel bei Aldi Süd im Juni 2010:

Allround-Rucksack	7,99 €
Navigationssystem	99,99 €
Kühl-/Gefrierkombination	199 €

Aktionsartikel bei Aldi Nord im Mai 2010:

Herren-Cityhemd	5,99 €
Feinmechaniker-Zangensatz	4,99 €
Digitalkamera	79,99 €

Neben den Beschaffungsländern im europäischen Raum nimmt der Aktionswarenbezug aus China eine herausragende Stellung ein, was nach der internationalen Spitzenposition dieses Landes im Textil- und Elektronikexport nicht verwundert: Nach dem Volumen wird er auf ca. ein Drittel geschätzt, nach dem Wert auf mehr als zwei Fünftel. Jedoch rücken andere Lieferländer bei der Beschaffung von Aktionswaren vor, wie z.B. Bangladesch und Vietnam.

Aldi bezieht die Aktionswaren über Zwischenhändler bzw. Lieferanten wie z.B.

- Medion und Globaltronics (Elektronik),
- Gueldenpfennig, Florett, Miles, Huber und Rieker (Textilien).

Globale Sozialverantwortung und Aldi

Nach langjähriger Funkstille nimmt mittlerweile das Thema »Unternehmensverantwortung« in der Selbstdarstellung der Unternehmensgruppe Aldi einen nicht unwichtigen Platz ein. Nachdem zahlreiche multinationale Unternehmen und insbesondere Mitkonkurrenten wie Lidl Programme für ihre globale Beschaffung (Corporate Social Responsibility = CSR) schon früher entwickelt hatten, zog Aldi in den letzten Monaten mit einer Reihe von Initiativen nach. So veröffentlichte Aldi im Juni 2010 eine eigene »Corporate Responsibility Policy«, die allerdings – ähnlich dem weltweit vorherrschenden CSR-Konzept – vage und unverbindlich gehalten ist (*Aldi Süd 2010*). Nach Angaben von BranchenkennerInnen führt Aldi

zu seiner Politik der Unternehmensverantwortung auch MitarbeiterInnen Schulungen durch.

Den allgemeinen Grundsatz, keine öffentlichen Stellungnahmen zu gesellschaftlichen Diskursen abzugeben, hatte Aldi 2007 aufgegeben, als das Unternehmen dem SÜDWIND Institut eine Position zu CSR für seine Publikation über Aldi-Zulieferer in China und Indonesien zur Verfügung stellte (*Wick 2007: 73–74*). Abgesehen von schriftlichen Erklärungen lehnte Aldi bis heute jedoch eine aktive Rolle bei der öffentlichen Debatte zu dieser Thematik ab. Aldi nahm bisher weder an Tagungen oder Podiumsveranstaltungen teil noch stand das Unternehmen in der Regel für Presseinterviews zur Verfügung. Auch Gespräche mit KritikerInnen wie der Clean Clothes Campaign hat das Unternehmen bisher abgelehnt. In dieser Verweigerungshaltung unterscheidet sich Aldi von zahlreichen multinationalen Unternehmen, die eine aktive Gesprächskultur mit der Zivilgesellschaft zu CSR in den letzten Jahren gepflegt haben.

Im Vorfeld von Aktionen der Kampagne für Saubere Kleidung (CCC = Clean Clothes Campaign) vor Aldi-Filialen am 8. März 2008 entschied sich Aldi zu einer Mitgliedschaft in der »Business Social Compliance Initiative« (BSCI), die im Jahr 2004 von führenden europäischen Handelsunternehmen in Brüssel gegründet worden war. Damit zog Aldi mit seinen Konkurrenten Lidl und Tchibo gleich, die diesen Schritt einige Monate zuvor vollzogen hatten (s. Kommentar zur BSCI in Kapitel 5).

Neben der Mitgliedschaft in der BSCI unternahm Aldi im Vorfeld der CCC-Aktionen vor Aldi-Filialen in sechs deutschen Städten im März 2008 eine Reihe weiterer CSR-Schritte: In allen Filialen wurden Tausende von Flugblättern mit dem Titel »Aldi Süd (bzw. Nord) übernimmt Verantwortung« ausgelegt, mit denen auf den jüngsten Beitritt zur BSCI und deren Sozialstandards verwiesen wurde. Eine ähnliche Antwort erhielten seither AbsenderInnen von Protestschreiben an Aldi, die von der CCC verbreitet worden waren, sowie die InitiatorInnen von Veranstaltungen zur CSR-Politik von Aldi. Ebenso eröffnete Aldi Süd auf seiner Homepage eine eigene Rubrik »Verantwortlich handeln« und richtete eine gesonderte Personalstelle für diesen Aufgabenbereich ein.

Mit diesen Schritten reagierte Aldi auf das wachsende VerbraucherInneninteresse an um-



welt- und sozialverträglich produzierten Waren und auf sein schlechtes Ranking in Nachhaltigkeitstests. Im »Good Company Ranking« 2007 des Manager-Magazins hatte Aldi z.B. die drittschlechteste Position von 120 Unternehmen eingenommen, vor Lidl und Glencore (Müller 2007). Im Nachhaltigkeits-Ranking des Instituts für Ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und der Unternehmensvereinigung future von 2007 hatte es noch geheißen, dass von 150 angefragten Unternehmen ca. ein Drittel keine Nachhaltigkeitsberichte herausgeben und auf ihren Homepages über dieses Thema nicht berichten (CSR-News 2007). Zu diesem Drittel gehören die Unternehmen Aldi, Lidl und Schlecker, die an diesem »Thema nach wie vor nicht interessiert« sind (ebd.1). Nach einer Online-Befragung von 5028 Verbraucherinnen zum ethischen Markenwert von Einzelhandelsunternehmen vom März 2009 allerdings platzierte der Ethical Brand Monitor Aldi nach Alnatura auf Platz 2; so hätte Aldi vor allem im Bereich »Soziale Verantwortung« und »Ökonomische Verantwortung« überzeugt (LZ.net 21.05.2009).

Mittlerweile hängt vielen Textilprodukten in Aldi-Filialen ein Label an, auf dem nicht nur das Zertifikat »Öko-Tex Standard 100«, sondern auch die Mitgliedschaft von Aldi in der BSCI vermerkt sind. Unter dem Titel »Verantwortung« heißt es da z.B. bei Aldi Süd: »Als Mitglied der

BSCI engagiert sich Aldi Süd dafür, dass die Produktionsprozesse in den Herstellungsbetrieben unter fairen Arbeitsbedingungen ablaufen.«

Mit dem genannten Öko-Label, der BSCI-Mitgliedschaft und den jüngsten CSR-Initiativen hat sich Aldi insgesamt bisher allerdings auf ein vergleichsweise sehr niedriges Niveau bzgl. Standards, Wirkungskreis und Kontrolle festgelegt (s. Kapitel 7).

In diesem Kontext ist die jüngste Klageeinreichung der Hamburger Verbraucherzentrale gegen das Unternehmen Lidl wegen unlauteren Wettbewerbs von großer Bedeutung. Die im April 2010 eingereichte Klage, die von der deutschen CCC und der Menschenrechtsorganisation European Center for Constitutional and Human Rights (ECCHR) unterstützt wurde, basierte auf einer Widerlegung der CSR-Behauptungen von Lidl durch eine Studie, in der massive Arbeitsrechtsverletzungen bei Lidl-Zulieferern in Bangladesch nachgewiesen wurden (Spiegel Online 08.04.2010). Innerhalb weniger Tage, nachdem die Klage eingereicht worden war und ein enormes Medienecho ausgelöst hatte, gab Lidl nach und sagte einen Rückzug von Behauptungen in seiner CSR-Selbstdarstellung zu (CCC et al. 2010). Dies ist ein wichtiger Kontrapunkt gegen wachsende Bemühungen von Unternehmen, ihre CSR-Strategien als Belege für soziale Fortschritte in Zulieferfabriken auszugeben.

Globale Sozialverpflichtung

Um dem Ziel einer gesetzlich bindenden Sozialverpflichtung von Unternehmen näher zu kommen, haben Menschen- und Arbeitsrechtsorganisationen in den letzten Monaten Initiativen gestartet, deren Grundlage Rechercheergebnisse über die globale Beschaffung von Aldi bilden.

So haben die European Coalition for Corporate Justice (ECCJ), die sich für eine bindende Sozialverpflichtung von Unternehmen einsetzt, und die Nichtregierungsorganisation Germanwatch im Mai 2010 unter Rückgriff auf die jüngsten SÜDWIND-Forschungen zu Aldi-Lieferanten in China einen Gesetzesvorschlag zur Sorgfaltspflicht von Unternehmen hinsichtlich ihrer Lieferanten veröffentlicht (Gerstetter/Kamieth 2010: 37).

7. Zusammenfassung und Handlungsperspektiven

Die im dritten Kapitel geschilderten Verstöße gegen chinesische Arbeitsgesetze und völkerrechtliche Bestimmungen bei Zulieferern von Adidas und Aldi bzw. Niederlassungen von Metro in China werfen die Frage nach sinnvollen und nachhaltigen Gegenmaßnahmen zur Verbesserung der Situation der betroffenen Beschäftigten auf.

Bisherige Antworten von zivilgesellschaftlichen Gruppen auf ähnliche Untersuchungsergebnisse der jüngsten Vergangenheit sind an ihre Grenzen gestoßen. Im Folgenden werden sie kurz bilanziert und erste Schlussfolgerungen gezogen. Als eine mögliche Konsequenz werden Vorschläge im Blick auf deutsch-chinesische Partnerschaftsabkommen entwickelt, die ein relativ neues Handlungsfeld darstellen.

Mit ihm soll die zentrale Bedeutung Chinas für die weltweite Entwicklung von Sozialstandards und die Rolle dort operierender multinationaler Unternehmen stärker ins Blickfeld gerückt werden.

CSR mit begrenzter Wirkung

In den letzten Jahren haben zahlreiche multinationale Unternehmen als Reaktion auf die öffentliche Kritik von Nichtregierungsorganisationen und Gewerkschaften an ihrer globalen Beschaffung freiwillige Programme zur globalen Sozialverantwortung (Corporate Social Responsibility = CSR) für ihre weltweiten Zulieferketten entwickelt.

Dies gilt – wenngleich in unterschiedlichen Dimensionen – auch für die Unternehmen Adidas, Metro und Aldi, deren chinesische Zulieferer bzw. Standorte in der vorliegenden Studie untersucht wurden.

Adidas startete seine CSR-Politik im Jahr 1998 mit der Veröffentlichung einer Selbstverpflichtung. Adidas wurde Mitglied der US-amerikanischen Fair Labor Association (FLA), die stichprobenartig globale Zulieferer von Mitgliedsunternehmen unabhängig untersucht. Metro stieg 2002 ins CSR-Geschäft ein, als die Außenhandelsvereinigung des Deutschen Au-

ßenhandels zusammen mit der Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit ein Programm zur Verbesserung von Sozialstandards in 12 Ländern begann, an dem sich Metro beteiligte. Aus diesem Programm entstand 2004 die Unternehmensinitiative Business Social Compliance Initiative (BSCI), zu deren inzwischen über 500 Mitgliedsunternehmen auch Metro zählt. Aldi trat der BSCI 2008 bei, nachdem das Chinageschäft des Unternehmens in die Schusslinie öffentlicher Kritik geraten war (Wick 2007).

Zum Teil ist es auf internationale Verbraucherkampagnen und das Echo von Unternehmen wie Adidas zurückzuführen, dass in den vergangenen Jahren einige soziale Fortschritte in chinesischen Fabriken erzielt worden sind. Auch hat die weltweite CSR-Debatte mittlerweile China erreicht, wofür ein Verhaltenskodex des Verbands der chinesischen Textil- und Bekleidungsindustrie von 2005 und branchenübergreifende CSR-Aktivitäten Ausdruck sind (Chahoud 2008b: 23).

Tatsächlich jedoch klafft eine große Lücke zwischen Anspruch und Wirklichkeit der Umsetzung von CSR-Programmen der Unternehmen in globalen Lieferketten, insbesondere bezüglich der Gewerkschafts- und Frauenrechte und der existenzsichernden Löhne.

Wie eine Wirkungsanalyse von Verhaltenskodizes der britischen Ethical Trading Initiative (ETI) vom Oktober 2006 zeigt, weist ihre Einhaltung erhebliche Defizite auf (Barrientos/Smith 2006). Diese betreffen vor allem die Durchsetzung von Gewerkschafts- und Frauenrechten sowie die Anwendung auf indirekte Zulieferer, Kontrakt- und SaisonarbeiterInnen und MigrantenInnen. Als Hauptergebnis stellt die Analyse fest, dass freiwillige CSR-Programme als bewusstenstärkende Instrumente erfolgreich sein können, eine Veränderung der Arbeitssituation jedoch über eine wirksame Regierungskontrolle erreicht werden muss.

Die benannten Defizite der Verhaltenskodizes von Unternehmen und Überprüfungseinrichtungen werden durch die Untersuchungsberichte in der vorliegenden Publikation bestätigt. In allen Standorten werden Gewerkschaftsrechte missachtet, und dies trifft auch auf Adidas-Zuliefe-

rer zu, die seit vielen Jahren im Einflussbereich von CSR-Programmen des Unternehmens und der FLA liegen. Da es in China keine authentischen Interessenvertretungen der Beschäftigten gibt und Löhne extrem niedrig sind, kommt es z.B. bei Adidas-Zulieferern nach wie vor zu exzessiven Überstunden, die seit Jahrzehnten den Arbeitsalltag der Beschäftigten in den chinesischen arbeitsintensiven Industrien prägen. In den Metro-Standorten werden die Beschäftigten von Subunternehmen diskriminiert. Bei den Aldi-Zulieferern sind weibliche Beschäftigte auf Grund ihres Geschlechts sowie MigrantInnen in der Frage des Sozialversicherungsschutzes benachteiligt.

Zweifel an CSR-Programmen von multinationalen Unternehmen sind auch insofern angebracht, als sie einer freiwilligen arbeitsrechtlichen Regulierung Vorschub leisten und als Alternative zu einer bindenden gesetzlichen Regulierung genutzt werden. Damit folgen sie dem Dogma der Deregulierung von Arbeits- und Sozialrechten, die die neoliberale Globalisierung in den letzten Jahrzehnten kennzeichnete und zu weltweit wachsenden sozialen Spaltungen beitrug.

Sozialverpflichtung für Unternehmen – Ein neues Thema für deutsch-chinesische Partnerschaften

Eine Thematisierung der vorliegenden Untersuchungsergebnisse durch zivilgesellschaftliche Gruppen im Rahmen deutsch-chinesischer Partnerschaften ist ein neues und anspruchsvolles Handlungsfeld. Einerseits ist ein solches Handlungsfeld wegen der offensichtlichen Grenzen der bisherigen CSR-Debatte notwendig. Andererseits zeichnen sich die bestehenden deutsch-chinesischen Partnerschaften gerade dadurch aus, dass sie Fragen von Sozialverantwortung in der globalen Produktion ausklammern.

Wie der Überblick im zweiten Kapitel zeigt, sind die Partnerschaften vor allem aus deutschen Wirtschaftsinteressen einerseits und aus chinesischen kommunalpolitischen Entwicklungsbedürfnissen andererseits entstanden. Ihre TrägerInnen sind deshalb vor allem Unternehmen, Kommunen, Hochschulen, Kliniken und

Schulen. Ihre zivilgesellschaftliche Verankerung ist in Deutschland schwach und in China fast gar nicht vorhanden (*Held/Merkle 2008: 82*).

Dennoch sollten die Themen soziale Realität, Arbeitsrechte, Demokratie und Partizipation im Rahmen deutsch-chinesischer Partnerschaften kein Tabu sein. »Die chinesische Kommunebene zeigt sich hier (abhängig von den agierenden Personen und der politischen Nähe zur Staatsführung) bisweilen viel offener und gesprächsbereiter als vermutet. Auf einer guten Vertrauensebene und mit Respekt vor der Entwicklungsleistung und den Herausforderungen Chinas ist der Dialog über grundlegende politische Wertvorstellungen möglich und kann das gegenseitige Verständnis erhöhen« (*ebd.: 83*).

Anknüpfungspunkte durch Untersuchungsergebnisse

Die Mehrheit der in der vorliegenden Publikation untersuchten chinesischen Standorte liegt in Provinzen bzw. Städten, die ein Partnerschaftsabkommen mit deutschen Städten und Bundesländern unterhalten:

Die Adidas-Zulieferer liegen in der Provinz Fujian, die mit Rheinland-Pfalz partnerschaftlich verbunden ist. Der Hauptsitz von Adidas in Herzogenaurach wiederum gehört zur Region Nürnberg, die ein Partnerschaftsabkommen mit der chinesischen Stadt Shenzhen in der Provinz Guangdong unterhält.

Die Metro Cash & Carry-Märkte befinden sich in den Städten Chongqing und Guangzhou, die mit Düsseldorf eine Partnerschaft führen – der Stadt mit dem Hauptsitz der Metro.

Die vier Aldi-Zulieferer sind in der Provinz Guangdong mit der Hauptstadt Guangzhou angesiedelt – hier läuft der Bezug vermittelt über Düsseldorf in der Nähe der Zentralen von Aldi Nord und Aldi Süd in Essen und Mülheim/Ruhr, die selbst keine Partnerschaften unterhalten. Jedoch können in die unten vorgeschlagenen Aktivitäten zu chinesischen Lieferungen an Aldi die Untersuchungsergebnisse einfließen, die das SÜDWIND Institut 2007 veröffentlicht hat (*Wick 2007*). Dabei handelte es sich um Aldi-Zulieferer in der Provinz Jiangsu, mit der Nordrhein-Westfalen ein Partnerschaftsabkommen unterzeichnet hat.



Tagung zur Partnerschaft Rheinland-Pfalz-Fujian am 27.02.2010 in Mainz, Foto: Ulrich Suppus

Kommunale Entwicklungspolitik kohärenter gestalten

Deutsche Städte und Bundesländer verstehen ihre China-Partnerschaften in der Regel nicht als Teil ihrer entwicklungspolitischen Aktivitäten. Die vorliegende Studie ist ein Plädoyer für eine Änderung dieses Verständnisses. Landesregierungen, die sich z.B. die Erreichung der Millenniumsziele im Jahr 2015 als Ziel aneignen und zugleich ihre Partnerschaft zu einer chinesischen Provinz als Handlungsebene für das Erreichen dieser Ziele ausblenden, sollen durch diese Studie den Impuls erhalten, ihre Partnerschaft als ein Handlungsfeld ihrer entwicklungspolitischen Aktivitäten zu verstehen.

Partnerschaften zu Foren sozialen Dialogs entwickeln

Die deutsch-chinesischen Partnerschaften haben einen blinden Fleck: Sie klammern Fragen von sozialer Realität, Arbeits- und Sozialrechten, Demokratie und Partizipation aus. Zugleich stellen sie aber auch etablierte Kommunikationsfelder zwischen chinesischen und deutschen PolitikerInnen, Institutionen und Behörden dar. Ein gewisses Vertrauen im Umgang und im Austausch ist in langfristigen Kooperationen entstanden. Es kommt jetzt darauf an, diese Kooperationen mit sensiblen Fragen wie sozialer Realität in China einerseits, Sozialverantwortung deutscher

Unternehmen andererseits zu füllen und Foren sozialen Dialogs als Teil der Partnerschaft zu etablieren.

Die vorliegende Broschüre kann als Grundlage für ein erstes Forum der betroffenen Partnerschaften dienen.

Informationsveranstaltungen durchführen

Anhand der vorliegenden Untersuchungsergebnisse und der entsprechenden Aktionsmaterialien sollten Gewerkschaften, entwicklungspolitische Gruppen, Frauenorganisationen und Jugendverbände in Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf, Nürnberg, Essen und Mülheim/Ruhr Informationsveranstaltungen durchführen, zu denen sie InteressenvertreterInnen aus den jeweiligen Partnerschaftsstrukturen einladen. Neben der Aufklärung über die Chinesengeschäfte von Adidas, Metro und Aldi sollten dabei sowohl Unternehmen als auch politische EntscheidungsträgerInnen aufgefordert werden, Schritte in Richtung einer globalen Sozialverpflichtung einzuleiten.

Bildungsveranstaltungen organisieren

Ein Schwerpunkt der entwicklungspolitischen Arbeit zu den Ergebnissen der vorliegenden

Studie sollte im Bildungsbereich von Hochschulen und Schulen liegen, die zum Wirkungskreis deutsch-chinesischer Partnerschaften gehören. Dabei sollten anhand geeigneter Bildungsmaterialien sowohl allgemeine Aufklärungsveranstaltungen als auch MultiplikatorInnenschulungen organisiert werden. Die Anknüpfungspunkte bestehen einerseits in der Fabrikarbeit von Kindern und Jugendlichen, die in den Untersuchungsberichten beschrieben wird, andererseits in der Existenz von Austauschprogrammen zwischen deutschen und chinesischen Schulen und Hochschulen.

Schulpartnerschaften mit neuen Themen füllen

Existierende deutsch-chinesische Schulpartnerschaften im Einzugsbereich der tangierten kommunalen/regionalen Partnerschaften bieten eine Möglichkeit, die Arbeitswelten und insbesondere das Los minderjähriger Beschäftigter in den chinesischen Zulieferfabriken der multinationalen Unternehmen, wie sie in der vorliegenden Studie beschrieben werden, zu thematisieren. Die Unternehmen sollten dabei aufgefordert werden, arbeits- und völkerrechtliche Standards bei ihren Zulieferern einzuhalten, und Regierungen sollten verbindliche Regelungen hierfür festlegen. Mit LehrerInnen, Lehrerverbänden und der Lehrgewerkschaft GEW sollten entsprechende Unterrichtsmaterialien entwickelt werden.

Themenspezifische Besuchsreisen durchführen

Besuchsreisen in Deutschland und China, wie die in Kapitel 2 beschriebene Chinareise von Gewerkschaftern und Wissenschaftlern aus Frankfurt/Main zum Thema »Arbeitsbeziehungen«, könnten anhand der Themen aus der vorliegenden Studie im Rahmen der tangierten Partnerschaften organisiert werden. Vor allem betrifft dies die Interessenvertretungen der Beschäftigten, aber auch Frauen- und Jugendorganisationen. Dabei sollte nach Möglichkeit der Aufbau von Kontakten und der Erfahrungsaustausch zu einer Grundlage längerfristiger Kooperationen gemacht werden. In die Durchführung derartiger Besuchsreisen sollten ausgesuchte VertreterInnen der jeweiligen Partnerschaftsstrukturen



Schutzgott am Eingang des buddhistischen Tempels Liurong in Guangzhou, Foto: Sabine Spurga

einbezogen werden. Im Rahmen der Partnerschaft von Düsseldorf und Chongqing sind zum Beispiel bereits Kontakte und eine Zusammenarbeit bei internationalen Projekten der Europäischen Union und der Lokalen Agenda geplant (www.nrw-china-portal.org 31.03.2010), wobei auch ein Austausch von Expertendelegationen und Bürgerbegegnungen für die partnerschaftliche Zusammenarbeit vorgesehen ist.

Stoßrichtung zivilgesellschaftlicher Forderungen an Unternehmen und Regierungen

Verbraucherkampagnen, Nichtregierungsorganisationen und Gewerkschaften sollten Unternehmen zu einer globalen Sozialverpflichtung auffordern, die hohe Standards bei der inhaltlichen Substanz, der Partizipation, der finanziellen Leistungen und der Transparenz erfüllt (*Wick 2009: 48*).

Diese Standards sollten gesetzlich bindend und für Betroffene einklagbar sein.

Konkret sollte die Bundesregierung z.B. eine sanktionsbehaftete Berichts- und Publizitätspflicht für Unternehmen bzgl. der Einhaltung arbeitsrechtlicher Normen in ausländischen Niederlassungen und Lieferbetrieben einführen (www.cora-netz.de) einführen.

Das European Center for Constitutional and Human Rights (ECCHR) hat darüber hinaus kürzlich auf EU-Ebene einen Gesetzesvorschlag zu einem Haftungsanspruch bei der Verletzung von Sorgfaltspflichten gemacht, dem Importunternehmen künftig unterliegen sollen (*Gerstetter/Kamieth 2010: 37–38*). Dieser Gesetzesvorschlag verdient große Beachtung.

Gesetzesinitiativen wie diese sollen das Handeln von EntscheidungsträgerInnen in Regierungen, Parlamenten und Parteien beeinflussen – mit dem Ziel, mehr öffentlichen Druck für gesetzlich bindende Regeln einer globalen Sozialverpflichtung von Unternehmen zu schaffen. Deutsch-chinesische Partnerschaften können ein wichtiges Forum sein, um die gesellschaftliche Debatte über eine globale Sozialverpflichtung von Unternehmen stärker im politischen Raum zu verankern.

8. Serviceteil

8.1 Literaturangaben

(Soweit nicht anders vermerkt erfolgte der letzte Zugriff am 27.5.2010)

- Adidas 2000:** Our World – Unser weltweiter Sozial- und Umweltbericht für 2000, (http://www.adidas-group.com/de/sustainability/assets/our_world_sozial_und_umweltbericht.pdf)
- Adidas 2005:** Das Sozial- und Umweltteam, (http://www.adidas-group.com/de/sustainability/vision_and_governance/sea_team/default.aspx)
- Adidas 2008:** Nachhaltigkeitsbericht – Sport zählt, (http://www.adidas-group.com/de/sustainability/reporting/reports_to_download/default.aspx)
- Adidas 2009a:** Nachhaltigkeitserklärung, (http://www.adidas-group.com/de/sustainability/vision_and_governance/sustainability_principles/default.aspx)
- Adidas 2009b:** »Auf einen Blick«. Die Geschichte der Adidas-Gruppe, (<http://www.adidas-group.com/de/ourgroup/assets/History/pdfs/History-d.pdf>)
- Adidas 2009c:** Unsere Werte, (<http://www.adidas-group.com/de/ourgroup/values/default.aspx>)
- Adidas 2009d:** Arbeitsplatzstandards – Unsere Workplace Standards, (http://www.adidas-group.com/de/sustainability/suppliers_and_workers/code_of_conduct/default.aspx)
- Adidas 2010a:** Warum es sich lohnt, in Adidas zu investieren, (<http://www.adidas-group.com/de/investorrelations/targets/default.aspx>)
- Adidas 2010b:** Strategie, (<http://www.adidas-group.com/de/ourgroup/strategy/default.aspx>) (Letzter Zugriff: 29.1.2010)
- Adidas 2010c:** Global supplier factory list und Licensee Factory List, (http://www.adidas-group.com/de/sustainability/suppliers_and_workers/default.aspx)
- Adidas 2010d:** Geschäftsberichte 2003, 2006, 2008 und 2009, (<http://www.adidas-group.com/de/investorrelations/reports/annual-reports.aspx>)
- Adidas 2010e:** Standorte, (<http://www.adidas-group.com/de/ourgroup/locations/default.aspx>)
- Aldi 2010:** <http://www.aldi.com>
- Aldi Süd 2010:** Die Aldi Corporate Responsibility Policy, Mülheim/Ruhr
- All about sourcing 2008:** Sportschuhe kommen aus China, (<http://www.allaboutsourcing.de/de/sportschuhe-kommen-aus-china/>)
- AndhraNews 2007:** Global Footwear Market to Exceed \$192 Billion by 2010, According to New Report by Global Industry Analysts, Inc., (<http://www.andhranews.net/intl/2007/July/12/em-Global-Footwear-Market.asp>)
- Bandermann, Kai 2010:** Der Geburtstag des Unternehmers Karl Albrecht, ZeitZeichen WDR 5 (20.02.2010), (<http://www.wdr.de/radio/home/podcasts/channelausspielung.phtml?channel=zeitzeichen>)
- Barrientos, Stephanie/Smith, Sally 2006:** The ETI code of labour practice: Do workers really benefit? Summary of an independent assessment for the Ethical Trading Initiative, Institute of Development Studies, University of Sussex, (<http://www.business-humanrights.org/Links/Repository/320247>)
- Bfai 2006:** Chinas Einzelhändler – immer größer, immer wettbewerbsfähiger (11.05.2006), (<http://china.ahk.de/uploads/media/bfai200605-3.pdf>)
- Brandes, Dieter 2006:** Die 11 Geheimnisse des ALDI-Erfolgs, München
- Brueck, Mario et al. 2008:** Aldi et orbi, Wirtschaftswoche 14.01.2008, 42–51

- Bundeskartellamt 2008:** Beschluss in dem Verwaltungsverfahren EDEKA/Tengelmann, (http://www.bundeskartellamt.de/wDeutsch/download/pdf/Fusion/Fusion08/B2-333-07_Internet.pdf)
- CCC 2008:** Mission geglückt: Kampagne vergällt adidas den Spaß am Erfolg. Proteste zur Aktionärsversammlung, (http://www.saubere-kleidung.de/2008/ccc_08-08-17_ka_adidas-hv.html)
- CCC et al. 2009:** R.L. Denim Bangladesch, Offener Brief der Kampagne für Saubere Kleidung, der Supermarkt-Initiative und von Ver.di an Metro Group Vorstandsvorsitzenden Cordes 20.05.2009, (http://www.saubere-kleidung.de/ccc-10_eilaktionen/ccc-11-10_af_metro_rl-denim-bangladesch.html)
- CCC et al. 2010:** Lidl muss Werbung zurückziehen – Klage wegen Verbrauchertäuschung hat Erfolg, (http://www.saubere-kleidung.de/ccc-40_kampagnen/ccc-42_discounter.html)
- Chahoud, Tatjana 2008a:** Soziale Unternehmensverantwortung (CST) und Arbeitnehmerrechte in der VR China, in: Analysen und Stellungnahmen 3/2008, Deutsches Institut für Entwicklungspolitik, Bonn
- Chahoud, Tatjana 2008b:** CSR und Arbeitnehmerrecht in China, in: Weltsichten Dossier 12/2008
- China Daily 2005:** 80% of private firms violate employee rights, (http://www.chinadaily.com.cn/english/doc/2005-12/29/content_507455.htm)
- China Daily 2008:** Shoemakers flee South China as golden era ends, (http://www.chinadaily.com.cn/bizchina/2008-07/01/content_6810568.htm)
- China Daily 2009:** Fujian shoemakers find their feet, (http://www.chinadaily.com.cn/bizchina/2009-04/24/content_7710669.htm)
- China Labor Watch 2008:** Adidas, Real Winner of the 2008 Olympics, (<http://www.chinalabor-watch.org/20080818adidas.htm>)
- CIR 2009:** Der Fall Hermosa, (http://www.cir-romero.de/adidas_hermosa/)
- CLNT 2007:** »Shunda Trade Union Election. Report from a production line worker«, (<http://www.clntranslations.org/article/29/shunda-factorys-rigged-trade-union-election>)
- CSR News 2007:** Nachhaltigkeitsberichte – Große Qualitätsunterschiede und ein Drittel Non-Reporter, (<http://csr-news.net>) (Letzter Zugriff: 23.11.2007)
- Ddp 19.03.2010:** Lebensmittel-Branche hält Umsätze 2009 weitgehend stabil, (http://de.news.yahoo.com/17/20100319/r_t_ddp_bs_food/tbs-lebensmittel...)
- Deloitte Report 2010:** Emerging from the downturn – Global Powers of Retailing 2010, (http://www.presseportal.de/go2/Global_powers_of_retailing_2010)
- EHI Retail Institute 2008:** Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des internationalen Handels. Schwerpunkt Deutschland, Österreich, Schweiz, Ausgabe 2008/2009, Köln
- Fiutak, Martin 2003:** Aldi-Lieferant Medion erstmals auf Platz 1 der PC-Verkäufer, ZDBet News 30.01.2003
- Focus Online 18.03.2008:** Kaufhof steht zum Verkauf, (http://www.focus.de/finanzen/boerse/aktien/metro_aid_265633.html)
- Focus Online 24.03.2009:** Metro zieht in der Krise alle Register, (http://focus.de/finanzen/news/handel-metro-zieht-in-der-krise-alle-register_aid_383429.html)
- Focus Money 17.06.2009:** Interview mit Herbert Hainer, (http://www.focus.de/finanzen/boerse/money-maker-moment-mal_aid_408655.html)
- Focus Online 10.08.2009:** Milliarden in Bewegung, (http://www.focus.de/finanzen/news/marketing-milliarden-in-bewegung_aid_424505.html)
- Forbes 2010:** The world's billionaires, (http://www.forbes.com/2010/03/10/worlds-richest-people-slim-gates-buffett-billionaires-2010_land.html)
- Frankfurter Rundschau (FR) 14.05.2009:** Junge Inderin schuftete sich zu Tode
- Freitag, Michael et al. 2006:** Aldi in der Falle, Manager Magazin 2/06, 28 ff.
- FT (Financial Times) 30.03.2010:** Metro hopes for Kaufhof sale in 2010
- Gereffi, Gary 2005:** The governance of global value chains, Review of International Political Economy, 12(1): 78–104

- Gerstetter, Christiane/Kamieth, Alexander 2010:** Unternehmensverantwortung – Vorschläge für EU-Reformen. Eine juristische Analyse der Auslandstätigkeit zweier deutscher Unternehmen, Berlin/Bonn, (<http://www.germanwatch.org/corp/euref.pdf>)
- Glaubitz, Jürgen 2009:** Aldi, (http://www.verdi-bub.de/no_cache/konzerne_abisz/archiv/aldi)
- Grill, Markus 2008:** Lidl ist überall – Wie Arbeitnehmer überwacht werden, Stern 17.04.2008
- Grimm, Fred 2008:** Shopping hilft die Welt verbessern. Der andere Einkaufsführer, München
- GTAI (Germany Trade & Invest) 2007:** Im chinesischen Handel stehen die Zeichen weiter auf Expansion (17.12.2007), (http://www.gtai.de/DE/Content/___SharedDocs/Links-Einzeldokumente-Datenbanken/fachdokument.html?flident=MKT200712148000&source=DBNL&sourcectype=NL)
- Held, Ulrich/Merkle, Rita 2008:** Deutsch-chinesische Kommunalbeziehungen. Motivation, Strukturen, Aktionsfelder. Dialog Global Heft 19, Bonn
- Jensen, Sören/Schwarzer, Ursula 2009:** Alles außer Tritt, Manager Magazin 30.11.2009, (<http://www.manager-magazin.de/magazin/artikel/0,2828,659508,00.html>)
- Jensen, Sören/Schwarzer, Ursula 2010:** Stört meine Greise nicht, Manager Magazin 5/10, 26–34
- Kniesburg, Maria 2008:** Kriminelle Machenschaften, Publik 4/2008
- Lebensmittelzeitung (LZ) 20.06.2008:** Die Entdeckung der Gemächlichkeit
- Lebensmittelzeitung (LZ) 28.01.2010:** Aldi verliert Umsatz und schafft trotzdem stabile Erträge, (<http://www.bankkaufmann.com/a-248965-Lebensmittel-Zeitung-Aldi-verliert-Umsatz-und-schafft-trotzdem-stabile-Ertraege.html>)
- Lebensmittelzeitung (LZ).net 21.05.2009:** CSR-Maßnahmen müssen gut vorbereitet werden, (http://www.lebensmittelzeitung.net/news/markt/protected/CSR-Massnahmen_muessen_gut_vorbereitet_werden.pdf)
- Lee, Peter 2008:** »Reebok's Chinese Trade Union Experiment: Five Years on. Update on the democratically elected union at the Shun Da Sporting Goods Corporation. Fuzhou City, China«, (<http://chinanow.wordpress.com/2007/08/26/reebok%E2%80%99s-chinese-trade-union-five-years-on>)
- Liedtke, Rüdiger 2005:** Wem gehört die Republik? Die Konzerne und ihre Verflechtungen in der globalisierten Wirtschaft 2006, Frankfurt/Main
- Maquila Solidarity Network 2009:** MFA Forum Mexico Committee meeting, August 2009, (<http://en.maquilasolidarity.org/node/894?SESS89c5db41a82abcd7da7c9ac60e04ca5f=mrdrvpcufw>)
- Merk, Jeroen/Zeldenrust, Ineke 2005:** The Business Social Compliance Initiative; A Critical Perspective, Clean Clothes Campaign, Amsterdam
- Metro 1996:** Geschäftsbericht, Düsseldorf, (http://www.metrogroup.de/servlet/PB/menu/1003698_l1/index.html)
- Metro 2008a:** Metro Group weitet RFID-Einsatz nach Europa aus, Konzernkommunikation 04.03.2008, (http://www.metrogroup.de/servlet/PB/menu/1155070_l1/index.htm)
- Metro 2008b:** Geschäftsbericht 2008, Düsseldorf, (http://www.metrogroup.de/servlet/PB/menu/1198800_l1/index.html)
- Metro 2008c:** Nachhaltigkeit, Fortschritte 2008, Kennzahlen und Ziele, Düsseldorf, (http://www.metrogroup.de/servlet/PB/show/1212240_l1/NHB2008-de.pdf)
- Metro 2009a:** Handelslexikon 2009/2010, Düsseldorf
- Metro 2009b:** Geschäftsbericht 2009, Düsseldorf, (http://www.metrogroup.de/servlet/PB/menu/1000120_l1/index.html)
- Metro 2009c:** EXPO 2010 – Metro Group ist Partner der Stadt Düsseldorf in Shanghai, (http://www.metrogroup.de/servlet/PB/menu/1242430_l1/index.htm)
- Metro 2010a:** Stabil trotz Wirtschaftskrise: Umsatz 2009 währungsbereinigt leicht über Vorjahr, Konzernkommunikation 12.01.2010, (http://www.metrogroup.de/servlet/PB/menu/1243340_l1/index.htm)

- Metro 2010b:** Metro Group in Zahlen, (http://www.metrogroup.de/servlet/PB/menu/1000084_l1/index.html)
- Metro 2010c:** Handelslandschaft im Umbruch, (http://www.metrogroup.de/servlet/PB/menu/1245570_l1/index.html)
- Milberg, William/Amengual, Matthew 2008:** Economic development and working conditions in export processing zones, A survey of trends, ILO, Geneva
- Müller, Henrick/Kröher, O.R. 2007:** Guter Nachbar BASF, Manager Magazin 25.01.2007
- Oxfam Deutschland, Wiggerthale, Marita 2009:** Zur Kasse bitte! Die neue Konsumfreudigkeit und boomende Märkte in Indien, Berlin, (http://www.unfairen-einkauf-stoppen.de/hintergruende/publikationen/20091104_zur_kasse_bitte.pdf?navanchor=1010012)
- Oxfam Deutschland 2010:** Hohe Gewinne – wenig Verantwortung. Wie Metro seine Marktposition in Indien auf Kosten von Landarbeiter/innen und Angestellten ausbaut, Berlin, (<http://www.oxfam.de/publikationen/metro-indien-studie>)
- Play Fair 2008:** Die Hürden überwinden: Schritte zur Verbesserung von Löhnen und Arbeitsbedingungen in der globalen Sportbekleidungsindustrie
- Rickens, Christian 2006:** Aldi. Kein Grund zur Panik. Experte Brandes zur Lage im Discount-Imperium, Manager Magazin 2/06, (<http://www.manager-magazin.de/unternehmen/artikel/0,2828,396010,00.html>)
- Schlautmann, Christoph 2007:** Cordes soll Metro neu ausrichten, Handelsblatt 20.09.2007, (<http://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/cordes-soll-metro-neu-ausrichten;1325346>)
- Schüddemage, Antje 2008:** Big Brother bei Lidl, Frankfurter Rundschau 27.03.2008
- Sheridan, Michael 2008:** »Adidas workers on 11 Pf. a week in China. Staff complain of terrible conditions in the Olympic sponsor's factories«, Sunday Times, 30.3.2008
- Slack, Trevor/ Parent, Milena M. 2006:** Understanding Sport Organizations. The Application of Organization Theory, 2. Auflage, USA
- Spiegel Online 09.05.2009:** Schwere Vorwürfe gegen Metro-Zulieferer, (<http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,623844,00.html>)
- Spiegel Online 16.11.2009:** Adidas plant Ein-Euro-Turnschuh, (<http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/0,1518,661601,00.html>)
- Spiegel Online 28.11.2009:** Preiskampf drückt Umsätze von Aldi und Lidl, (<http://spiegel.de/wirtschaft/service/0,1518,druck-664043,00.html>)
- Statista 2010:** Top 15 Discounter in Europa 2008 nach Vertriebslinienumsatz in Millionen Euro, (<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/72346/umfrage/top-15-discounter-in-europa-2008-nach-food-umsatz/>)
- SÜDWIND 2009:** Jahresbericht 2009, Siegburg
- TextilWirtschaft, 1.10.2009:** »Die größten Bekleidungslieferanten 2008«
- TextilWirtschaft, 12.11.2009:** »Adidas: Gewinnschrumpft um zwei Drittel«
- TextilWirtschaft, 20.1.2010:** »Drei Streifen in Mode«
- The Economist 27.05.2010:** Light and death. A series of deaths expose a big computer-maker to unaccustomed scrutiny
- Verbraucher Initiative 2009:** Ausgezeichnet nachhaltig – Verbraucher Initiative zeichnet Einzelhändler aus (22.09.2009), (<http://csr-news.net/main/2009/09/22/ausgezeichnet-nachhaltig-verbraucher-initiative-zeichnet-einzelhandler-aus/>)
- Verdi 2009:** Faktenübersicht zu den Arbeitsbedingungen im Einzelhandel, (http://www.verdi.de/handel.bawue/einzelhandel/arbeit_im_einzelhandel)
- Weber, S. 2009:** Lebensmittel statt Spielzeug (Süddeutsche Zeitung 17.07.2009), (<http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/389/480866/text/print/html>)
- Weinreich, Jens 2008:** Krumme Geschäfte mit dem Sport. Wie sich die Vermarktungsfirma ISL Funktionäre und Verbände kaufte, dradio.de, Hintergrundpolitik vom 2.7.2008, (<http://www.dradio.de/dlf/sendungen/hintergrundpolitik/810712/drucken/>)

Welt 1997: Deutscher Einzelhandel verpasst den Zug der Internationalisierung (welt online 03.05.1997), (http://www.welt.de/print-welt/article636896/Deutscher_Einzelhandel_verpasst_den_zug_der_Internationalisierung.html)

Wick, Ingeborg 2007: All die Textilschnäppchen – nur recht und billig? Arbeitsbedingungen bei Aldi-Zulieferern in China und Indonesien, hg. SÜDWIND Institut, Siegburg, (http://www.suedwind-institut.de/downloads/ALDI-Broschuere_dl.pdf)

Wick, Ingeborg 2009a: Arbeits- und Frauenrechte im Discountgeschäft. Aldi-Aktionswaren aus China, hg. SÜDWIND-Institut für Ökonomie und Ökumene, Siegburg, (http://www.suedwind-institut.de/downloads/2009-02_SW_ALDI-Studie-2.pdf)

Wick, Ingeborg 2009b: Das Ende des WTO-Welttextilabkommens und seine Auswirkungen auf Deutschland/die EU, (http://www.suedwind-institut.de/downloads/2010-03-01_IW-1_Post-MFA-Studie_D-IW-300909a.pdf)

Wortmann, Michael 2003: Strukturwandel und Globalisierung des deutschen Einzelhandels. WZB discussion papers SP III 2003-9202a, Berlin, (<http://bibliothek.wzb.eu/pdf/2003/iii03-202a.pdf>)

Wortmann, Michael 2004: Aldi and the German model. Structural change in the German Grocery Retailing and the Success of Grocery Discounters, Competition & Change Vol. 8, Nr. 4, 425 ff.

8.2 Abkürzungen

ACGB ▶ All-Chinesischer Gewerkschaftsbund
AFW ▶ Asia Floor Wage Campaign – internationale Kampagne für einen Grundlohn in Asien
AUB ▶ Arbeitsgemeinschaft Unabhängiger Betriebsangehöriger
AVE ▶ Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels
Bfai ▶ Bundesagentur für Außenwirtschaft
BSCI ▶ Business Social Compliance Initiative
CCC ▶ Clean Clothes Campaign/Kampagne für Saubere Kleidung
CorA ▶ Corporate Accountability – Netzwerk für Unternehmensverantwortung
CSR ▶ Corporate Social Responsibility/Globale Sozialverantwortung von Unternehmen
ECCJ ▶ European Coalition for Corporate Justice/ Europäische Koalition für Sozialverantwortung von Unternehmen (Brüssel)
EDV ▶ Elektronische Datenverarbeitung
EHI ▶ EuroHandelsinstitut
ETI ▶ Ethical Trading Initiative

EU ▶ Europäische Union
FLA ▶ Fair Labor Association (USA)
FR ▶ Frankfurter Rundschau
GTAI ▶ Germany Trade & Invest
GTZ ▶ Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit
IAO ▶ Internationale Arbeits-Organisation
IT ▶ Informations- und Kommunikationstechnologie
LEH ▶ Lebensmitteleinzelhandel
LZ ▶ Lebensmittel-Zeitung
NLC ▶ National Labor Committee (USA)
NRO ▶ Nichtregierungsorganisation
RFID ▶ Radiofrequenz-Identifikation
RLP ▶ Rheinland-Pfalz
RMB ▶ Renmimbi Yuan
SB ▶ Selbstbedienung
SZ ▶ Süddeutsche Zeitung
Ver.di ▶ Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft
WTO ▶ World Trade Organisation/Welthandelsorganisation

8.3 Währungsangaben

1 EURO (€) = 9,45 Renmimbi Yuan (RMB)

1 Renmimbi Yuan (RMB) = 0,11 EURO (€)

Quelle: www.oanda.com 31.01.2010

8.4 Liste ausgewählter IAO-Konventionen und chinesischer Arbeitsgesetze

Liste ausgewählter IAO-Konventionen

- a) **Vereinigungsfreiheit und Schutz des Vereinigungsrechtes**
Nr. 87 (1948)
- b) **Vereinigungsrecht und Recht auf Kollektivverhandlungen**
Nr. 98 (1949)
- c) **Zwangsarbeit**
Nr. 29 (1930)
- d) **Mindestalter**
Nr. 138 (1973)
- e) **Gleichheit des Entgelts/Diskriminierung**
Nr. 100 (1951) und Nr. 111 (1959)
- f) **Festsetzung von Mindestlöhnen**
Nr. 26 (1928) und Nr. 131 (1970)
- g) **Arbeitsschutz**
Nr. 155 (1981)
- h) **Arbeitszeit**
Nr. 1 (1919)
- i) **Festes Beschäftigungsverhältnis**
ILO-Empfehlung Nr. 198 (2006)

Die unter a), b), c), d) und i) aufgeführten ILO-Konventionen gehören zu den »Kernarbeitsnormen«, die die Grundlage der »ILO-Deklaration über die grundlegenden Prinzipien und Rechte bei der Arbeit« bilden. Die Erklärung wurde bei der 86. Tagung der Internationalen Arbeitskonferenz am 18. Juni 1998 in Genf beschlossen. Sie ist für alle ILO-Mitgliedsländer bindend.

Liste ausgewählter chinesischer Arbeitsgesetze

1. Arbeitsvertragsgesetz 2008

1.1 Unbefristete Beschäftigung (Artikel 14)

Arbeitsverträge werden automatisch entfristet, wenn a) eine Beschäftigung ohne Vertrag länger als ein Jahr andauert, b) eine Beschäftigung länger als zehn Jahre andauert, c) eine Beschäftigung zwei befristeten Arbeitsverhältnissen unmittelbar folgt.

1.2 Schriftlicher Arbeitsvertrag (Artikel 16)

Ein Arbeitsvertrag wird wirksam, wenn der/die ArbeitgeberIn und der/die ArbeitnehmerIn nach einer Einigung einen Vertrag unterschrieben haben. Beide Seiten erhalten eine Ausfertigung des Vertrags.

1.3 Kündigung (Artikel 37 A)

Ein/e ArbeitnehmerIn kann den Arbeitsvertrag innerhalb einer Frist von 30 Tagen schriftlich kündigen. In der Probezeit beträgt die Frist 3 Tage.

2. Arbeitsgesetz 2005

2.1 Arbeitszeiten (Kapitel IV, Artikel 36 und 41)

ArbeitnehmerInnen sollen durchschnittlich nicht mehr als 8 Stunden/Tag und 44 Stunden/Woche arbeiten. Die Arbeitszeiten können auf Grund geschäftlicher Erfordernisse und nach Konsultation mit der Gewerkschaft und den Beschäftigten verlängert werden, doch generell um nicht mehr als eine Stunde. Auf Grund besonderer Umstände dürfen die Arbeitszeiten um nicht mehr als drei Stunden/Tag verlängert werden und dies nur unter der Voraussetzung, dass die Gesundheit der Beschäftigten garantiert wird. In keinem Fall darf die Verlängerung von Arbeitszeiten mehr als 36 Stunden/Monat betragen.

2.2 Überstundenbezahlung (Artikel 44)

An normalen Arbeitstagen beträgt die Überstundenbezahlung 150% des Entgelts, an freien Tagen 200%, an Feiertagen 300%.

2.3 Schwangerschaft und Mutterschutz (Artikel 61 und 62)

Während der Schwangerschaft sollen Beschäftigte keine schwere Arbeit leisten. Beschäftigte ab dem siebten Schwangerschaftsmonat dürfen keine Überstunden oder Nachtschichten ableisten. Nach der Geburt beträgt der bezahlte Mutterschutz nicht weniger als 90 Tage.

2.4 Arbeit von Kindern und Jugendlichen (Artikel 15, 58, 64 und 65)

Die Arbeit von Kindern bis 16 Jahren ist verbo-

ten. Jugendliche Beschäftigte zwischen 16–18 Jahren werden besonders geschützt. Sie dürfen nicht in Bergwerken oder an giftigen bzw. schädlichen Arbeitsplätzen tätig sein und generell keine schweren Arbeiten durchführen. Jugendliche Beschäftigte müssen regelmäßig untersucht werden.

2.5 Sozialversicherung (Kapitel IX, Artikel 70 und 73)

Durch das staatliche Sozialversicherungssystem sind ArbeitnehmerInnen für das Alter, bei Krankheiten und Verletzungen, Berufskrankheiten und Behinderungen, Arbeitslosigkeit und Geburten versichert. Im Fall des Todes eines/r Beschäftigten erhalten Familienangehörige eine gesonderte finanzielle Unterstützung.

8.5 Linksammlung

Unternehmen

Adidas AG

www.adidas-group.com

Aldi Süd und Aldi Nord

www.aldi.com

Metro Group

www.metro-group.de

Kodex-Überwachung

Fair Labor Association (Mitglied adidas)

www.fairlabor.org

Business Social Compliance Initiative

(Mitglieder Aldi und Metro)

www.bs-ci-eu.org

Gewerkschaften

International Textile, Garment & Leather Workers' Federation

www.itglwf

Vereinte Dienstleistungs-Gewerkschaft

www.verdi.de

IG Metall

www.igmetall.de

DGB Region Frankfurt/Main

www.region-frankfurt-rhein-main.dgb.de

NRO, Initiativen, Bündnisse

Asia Floor Wage Campaign

www.asiafloorwage.org

Asia Monitor Resource Center

www.amrc.org.hk

Clean Clothes Campaign

www.cleanclothes.org

Corporate Accountability Netzwerk für Unternehmensverantwortung

www.cora-netz.de

Eine-Welt-Netz NRW

www.eine-welt-netz-nrw.de

EU-China-Projekt

www.eu-china.net

European Center on Constitutional and Human Rights

www.ecchr.eu

European Coalition on Corporate Justice

www.corporatejustice.org

Forum Arbeitswelten China-Deutschland

www.forumarbeitswelten.de

Germanwatch

www.germanwatch.org

Globalization Monitor

www.globalmon.org.hk

Kampagne für Saubere Kleidung

www.saubere-kleidung.de

Make IT Fair-Kampagne c/o Germanwatch

www.makeitfair.org

National Labor Committee

www.nlcnet.org

PC Global-Projekt c/o WEED

www.weed-online.de

Rheinland-Pfalz – Fujian-Bündnis

»Keine Partnerschaft ohne Sozialstandards«

www.ak-rlp-fujian.de

Students & Scholars Against Corporate Misbehavior

www.sacom.hk

Supermarkt-Initiative

www.supermarktmacht.de

Wissenschaft**Institut für Sozialforschung**

An der Johann Wolfgang Goethe Universität
Frankfurt/Main

www.rz.uni-frankfurt.de/ifs

Deutsch-Chinesische Partnerschaften**InWEnt-Servicestelle Eine Welt** (Studie

»Deutsch-Chinesische Kommunalbeziehungen«
von 2008 mit Listen aller kommunalen und re-
gionalen Partnerschaftsabkommen inkl. links)

www.service-eine-welt.de

NRW-China Portal

www.nrw-china-portal.org

NRW International

www.nrw-international.de

SÜDWIND

SÜDWIND forscht für gerechte Wirtschaftsbeziehungen

Wir sind davon überzeugt, dass weltweit viele Menschen unter den Auswirkungen der globalen Wirtschaftsweise leiden. Es gibt einen direkten Zusammenhang zwischen dem Reichtum einiger und der Armut vieler Menschen vor allem in Entwicklungsländern.

Oft sind es ungerechte politische oder wirtschaftliche Strukturen, die dafür verantwortlich sind. SÜDWIND weist immer wieder nach, dass wir in Deutschland – die Politik, Wirtschaft, Verbraucherinnen und Verbraucher – eine Mitverantwortung für diese Missstände in Entwicklungsländern haben.

SÜDWIND erarbeitet Aktionsvorschläge

Wie kann die Situation im Interesse der Armen hin zu weltwirtschaftlicher Gerechtigkeit geändert werden? Über die Analyse der Probleme hinaus nutzt SÜDWIND vielfältige Handlungsmöglichkeiten:

- Öffentlichkeitsarbeit
- direkte Verhandlungen mit den Verantwortlichen aus Politik oder Unternehmen,
- Engagement in Kampagnen und Netzwerken wie »erlassjahr.de«, »attac«, »Kampagne für Saubere Kleidung«, »Corporate Accountability« oder der »Klima-Allianz«.
- Aktionen für Verbraucherinnen und Verbraucher.

SÜDWIND arbeitet zu den Themen

- Frauen und Weltwirtschaft,
- Sozialverantwortliche Geldanlagen,
- Armutsbekämpfung und Schulden,
- Globalisierung und Entwicklung.

Kontakt:

SÜDWIND e.V. –
Institut für Ökonomie und Ökumene
Lindenstr. 58–60, 53721 Siegburg
Tel.: 02241-5 36 17,
Fax: 02241-5 13 08
E-Mail: info@suedwind-institut.de
Website: www.suedwind-institut.de



Ökumenisches Netz

Das Ökumenische Netz vernetzt Einzelpersonen, Gruppen und Institutionen im nördlichen Rheinland-Pfalz und im Saarland. Im Rahmen des Konziliaren Prozesses setzt es sich seit 1992 für Gerechtigkeit, Frieden und Bewahrung der Schöpfung ein.

Arbeitsschwerpunkte sind Kampagnen für Saubere Kleidung, Fairer Handel, Internationale Verschuldung, Globalisierung in Rheinland-Pfalz. Es arbeitet in Vernetzungen wie ELAN (Entwicklungspolitisches Landesnetzwerk), dem Bündnis »Keine Partnerschaft ohne Sozialstandards« in Rheinland-Pfalz und kommunalen Sozialforen mit.

Kontakt:

Ökumenisches Netz Rhein Mosel Saar
Pfarrer-Werner-Mörchenstr. 1
D 56564 Neuwied
Tel. 02631-354140,
E-Mail: info@oekumenisches-netz.de
Website: www.oekumenisches-netz.de



Ökumenisches Netz
Rhein – Mosel – Saar e.V.

Bitte schicken Sie mir:

Weitere Exemplare dieser Publikation

Publikation (Titel eintragen):

.....
.....

Informationen zur SÜDWIND-Stiftung

Den aktuellen Jahresbericht

Eine Publikationsliste

Bitte setzen Sie mich auf den Verteiler für den vier Mal jährlich erscheinenden Newsletter.

Meine E-Mail-Adresse:

.....

Schicken Sie das Material an folgende Adresse:

Name, Vorname

Ggf. Institution

Straße, Haus-Nr.

PLZ, Ort

Datum, Unterschrift

Ich mache mit!

Ja, ich/wir möchte/n SÜDWIND-Mitglied werden

Name, Vorname

Ggf. Institution

Straße, Haus-Nr.

PLZ, Ort

E-Mail-Adresse

Telefon

Datum, Unterschrift

WC 13002

Mein jährlicher Beitrag:

Als stimmberechtigtes persönliches Mitglied:

70,00 140,00 210,00 €

Als Fördermitglied: €.

Als stimmberechtigte Institution: 250,00 €

Machen Sie es sich und uns einfach! Mit einer Einzugsermächtigung reduzieren Sie Verwaltungskosten. Zu Jahresbeginn erhalten Sie von uns eine Zuwendungsbestätigung für das Finanzamt.

Einzugsermächtigung

Hiermit erlaube ich SÜDWIND e.V. bis auf Widerruf, meinen Mitgliedsbeitrag von € von meinem Konto einzuziehen zu lassen.

Zutreffendes bitte ankreuzen:

Jährlich Halbjährlich

Wenn das Konto die erforderliche Deckung nicht aufweist, entsteht keine Verpflichtung für die Bank, den Betrag einzulösen.

Bank:

Kontonummer:

Bankleitzahl:

Kontoinhaber:

Ort, Datum

Unterschrift

Bitte hier abtrennen und an SÜDWIND senden oder faxen.

Machen Sie mit!

SÜDWIND lebt von der Unterstützung seiner Mitglieder und Förderer. Setzen Sie sich mit uns für wirtschaftliche, soziale und ökologische Gerechtigkeit weltweit ein. Über unsere Veröffentlichungen erhalten Sie Anregungen dazu, was Sie selbst im alltäglichen Leben tun können, um sich gegen Armut und Ungleichheit einzusetzen.

Wir möchten unabhängig bleiben, auch unbequeme Fragen stellen und nicht nur einfache Antworten geben. Bitte helfen Sie uns dabei.

Kontakt:

SÜDWIND e.V. – Institut für Ökonomie und Ökumene
Lindenstr. 58–60, 53721 Siegburg
Tel.: 02241-5 36 17
Fax: 02241-5 13 08
E-Mail: info@suedwind-institut.de
Website: www.suedwind-institut.de

Bankverbindung:

Bank für Sozialwirtschaft (BLZ 370 205 00)
Konto-Nr.: 814 00 00

Schutz der Arbeit in Partnerschaftsabkommen mit China?

Fallbeispiele Adidas, Metro und Aldi

Nach Beginn der Weltmarktöffnung Chinas vor drei Jahrzehnten haben immer mehr Kommunen und Bundesländer in Deutschland Partnerschaftsabkommen mit chinesischen Städten und Provinzen abgeschlossen. Heute sind 88 deutsche Kommunen und 16 Bundesländer sowie mehr als 100 Schulen durch Partnerschafts- bzw. Austauschprogramme mit China verbunden.

Hauptmotor für die kommunalen und regionalen Partnerschaftsabkommen waren von Anfang an Wirtschaftsinteressen, obwohl in den letzten Jahren auch umwelt-, forschungs- und bildungspolitische Themen an Bedeutung gewannen.

Über Partnerschaftsabkommen fördern deutsche Kommunen und Bundesländer die Interessen von Unternehmen, die nach China expandieren und an dessen Wirtschaftsdynamik partizipieren. Weitgehend ausgeklammert blieb bisher, dass das Wirtschaftswachstum und die weltweit führende Exportposition Chinas auf extrem niedrigen Arbeitskosten aufbauen, die eine Folge systematischer Arbeitsrechtsverletzungen sind.

Die vorliegende Publikation will in diese Lücke vorstoßen sowie die Themen »Arbeit« und »globale Sozialverpflichtung von Unternehmen« in die Aktivitäten ausgewählter Partnerschaftsabkommen einbringen, wie dies 2007 ein Bündnis von Gewerkschaften und Nichtregierungsorganisationen im Blick auf die Partnerschaft zwischen Rheinland-Pfalz und der chinesischen Provinz Fujian begonnen hat.

Die Studie enthält die Ergebnisse von Untersuchungen über Arbeitsbedingungen in Zulieferfabriken von Adidas und Aldi in den chinesischen Provinzen Fujian und Guangdong sowie in Cash & Carry-Märkten von Metro in Chongqing und Guangzhou, die mit Partnerschaftsabkommen deutscher Kommunen und Bundesländer direkt oder indirekt verbunden sind. Auf diese Weise soll eine Thematisierung der Untersuchungsergebnisse in den tangierten Partnerschaften erleichtert und befördert werden.

Neben den Untersuchungsberichten aus China enthält die vorliegende Studie Unternehmensportraits und Stellungnahmen von Adidas, Aldi und Metro, einen Überblick über die bestehenden deutsch-chinesischen Partnerschaftsabkommen sowie Handlungsperspektiven für Gewerkschaften, Nichtregierungsorganisationen und VerbraucherInnen.



Bezug:

SÜDWIND e.V. – Institut für Ökonomie und Ökumene
Lindenstr. 58–60 | 53721 Siegburg
Tel.: +49 (0)22 41-5 36 17 | Fax: +49 (0)22 41-5 13 08
Email: info@suedwind-institut.de
Website: www.suedwind-institut.de
Bankverbindung:
Konto Nr. 8 140 000 bei der
Bank für Sozialwirtschaft Köln (BLZ 370 205 00),
Preis: 5,00 €, ab 10 Exemplaren: 3,00 €
(zuzüglich Versandkosten)

ISBN: 978-3-929704-52-5