

Schneller, länger, billiger: TextilarbeiterInnen zwischen EM und Olympia

4. Juli 2004, Lisboa, EM-Finale: Portugal enttäuscht, kommt nicht richtig ins Spiel. Wo drückt wohl der Schuh? Offenbar bei Luis Figo, der nach einer guten halben Stunde seine Treter wechselt. Das Spiel wird dafür großzügig angehalten. Es sieht fast nach einem perfekt inszenierten Werbetrick aus, für eine Minute ruhen die Kamera und die Augen von rund einer Milliarde Fernsehzuschauern auf den Nike-Stiefeln des portugiesischen Superstars. Als dann in der zweiten Halbzeit ein beseelter Fan das Spielfeld erstürmt, über den Platz sprintet, die Security-Schaar abschütteln kann, um sich schließlich in die Tormaschen zu werfen, da wünscht man sich, er hätte ein kleines Transparent bei sich getragen. Ein Spruch wie "Nike – made in hell" hätte an dieser Stelle noch massenwirksamer auf die Produktionsbedingungen in der Sportbekleidungsindustrie aufmerksam machen können, als dies einer Clean Clothes Campaign (CCC) bisher gelungen ist.

Arbeitsbedingungen in der Sportbekleidungsindustrie

Mit den Olympischen Spielen erleben wir dieser Tage schon wieder ein gigantisches Sportevent. Dabei wird Nike nicht nur den Mythos der gleichnamigen griechischen Göttin heraufbeschwören, sondern vielleicht auch seinen jüngsten Rekordgewinn von 1,123 Mrd. US\$ (2003) noch weiter steigern können. Selbstverständlich lässt sich der Name des Branchenführers durch andere wie Adidas, ASICS, Fila, Kappa, Puma, Reebok oder Umbro ergänzen. Sie alle stehen in der ein oder anderen Form für Hungerlöhne, Zwangsüberstunden, Arbeitsrechtverletzung, Arbeitshetze und Übergriffe v.a. gegen Arbeiterinnen – rund 80% der Beschäftigten in der Branche sind Frauen.

Während etwa ein David Beckham, Glamour-Boy und Fußballstar bei Real Madrid, mit adidas einen lebenslangen Sponsorenvertrag über 161 Mio US\$ hat, liegen die Hungerlöhne für TextilarbeiterInnen oftmals bei unter 100 US\$ pro Monat. Kaum zu unterbieten sind Monatslöhne von 12 US\$ in China.

Zudem sind Wochenarbeitszeiten von über 60 Stunden keine Seltenheit. "In der Hochsaison leisten wir endlos viele Überstunden und arbeiten nonstop 13 bis 14 Stunden am Tag"ⁱ, so eine chinesische Arbeiterin. Üblicherweise wird Verweigerung auch von nächtlichen Überstunden sowie Krankschreiben mit Lohnkürzung oder Entlassung quittiert.

An der Tagesordnung sind auch sexuelle Übergriffe: "Hübsche Mädchen werden ... immer wieder von den Managern belästigt. Sie rufen sie in ihr Büro ... fassen sie [an] ... und drohen ihnen mit dem Verlust ihres Arbeitsplatzes, um Sex mit ihnen zu haben", heißt es aus einer indonesischen Fabrik. Vielerorts gibt es monatliche Schwangerschaftstests mit zumeist umgehender Kündigung bei positivem Ergebnis.

Selbstredend gilt das auch bei gewerkschaftlicher Betätigung. Eine türkische Arbeiterin: "Als im letzten Jahr die Belegschaft der Nachbarfabrik ... streikte, erklärte uns unser Vorgesetzter: 'Ihr werdet sehen, sie werden alle ihren Arbeitsplatz verlieren. Macht niemals diesen Fehler, sonst passiert euch das gleiche.'" Weltweit stehen der Interessenorganisation nicht nur die Firmen selbst entgegen, sondern auch jeweils eine staatliche Politik, die nicht zuletzt dem äußeren Druck von IWF und Weltbank folgt.

Todschicke Kleidung: Adi-lass-das!

Dass solcherlei Informationen an eine breitere Öffentlichkeit gelangen, ist v.a. der Clean Clothes Campaign (CCC)ⁱⁱ zu verdanken, einer seit Beginn der 1990er Jahre europaweit agierenden Kampagne, der rund 180 Gruppen angehören. Regelmäßig nutzt sie die Aufmerksamkeit anlässlich von Fußball-EMs und -WMs oder Olympischen Spielen, um mit Aktionszeitungen, Plakaten, Postkarten und Unterschriftenlisten aufzuwarten und ihr Material auch für kritische TV-Beiträge zur Verfügung zu stellen. Veranstaltungen mit ReferentInnen

aus Lateinamerika oder der Türkei werden organisiert und auch der fortschrittliche Sozialkundeunterricht profitiert von eigens aufbereitetem Material. An Aktionstagen wird Straßentheater oder ein riesiger Drei-Streifen-Schuh mit der Aufschrift “Adi-lass-das” zur Schau gestellt.

In Deutschland setzt sich die “Kampagne für Saubere Kleidung” aus Nord-Süd-, Gewerkschafts-, Kirchen- und Frauenorganisationen sowie einem Aktiven-Kreis lokaler und regionaler Gruppen zusammen und fordert

- einen existenzsichernden Lohn
- das Recht auf freie Organisation
- tarifvertragliche Vereinbarungen
- das Recht auf Gesundheitsvorsorge und Arbeitsschutz
- Verzicht auf Arbeitszwang
- Schutz vor Diskriminierung

Dabei wird v.a. die Einführung von Verhaltenskodizes gefordert, mit denen die Konzerne zur “Übernahme von Verantwortung für humane Arbeitsbedingungen” bewogen werden sollen. Der Druck führte bislang dazu, dass Firmen wie Adidas aus Image-Gründen einen “Direktor für soziale und Umweltbedingungen” einstellten. Solch ein Schritt wird zumeist als Erfolg gefeiert, auch wenn man sich bewusst ist, dass die Sozialstandards in der Regel nicht das Papier wert sind, auf dem sie stehen. Eine Arbeiterin aus El Salvador: “Wenn Einkäufer von Nike bei uns zu Besuch sind, wird uns gesagt, wir sollten den Verhaltenskodex auf einem kleinen Plastikkärtchen um den Hals gehängt tragen ... Die Fabrikbesitzer erfüllen eigentlich keinen der Punkte, die im Verhaltenskodex stehen. Sie hängen nur da, um sie dort hängen zu haben.” Außerdem gibt es oft ein Vertrauensproblem: “Meine Kolleginnen hatten Angst entlassen zu werden und sagten gegenüber den Kontrolleuren kein Wort.”ⁱⁱⁱ Da Kontrollen oft von firmeneigenen Inspektoren durchgeführt werden, besteht die Kampagne auf deren Unabhängigkeit.

Die CCC setzt nicht zuletzt auf die Überzeugung von KundInnen, um “mit dem Einkaufskorb Politik zu machen”(!). Bislang wurden im Zuge der “Play fair bei Olympia”-Kampagne fast 150.000 Aktionspostkarten, Unterschriften und Protest-Mails verschickt und allein in Belgien gab es rund 150 Aktionen. Einige bekanntere Sportler konnten gewonnen und Firmen wie Puma an den grünen Tisch bewegt werden.

Sauberer Kleidung – sauberer Kapitalismus?

Nichts gegen frische Klamotten, mag nun eingewendet werden, aber – so viel Punk darf sein: Muss es denn gleich eine ganze Kampagne für “saubere Kleidung” sein? Wo bleibt da die Kritik am Hygienewahn? Geht es darum, mit reinem Gewissen einkaufen zu können? Wird da nicht letztlich ein “sauberer Kapitalismus” gegen “schmutzige Geschäftemacherei” verteidigt? Wird da der alte Sozialstaatsfrieden reingewaschen? Gehört nicht vielmehr der gesamte Muff von tausend Jahren in die Wäschetruhe der Geschichte?

Bei aller etwaigen Polemik: Festzuhalten ist, dass die Kampagne die Arbeitsbedingungen in der Sportswear-Industrie bewusst macht und auch punktuell zu Verbesserungen beiträgt. Hervorzuheben ist etwa ein Projekt der Christlichen Initiative Romero (CIR), mit dem ein Anwaltsteam der Frauenorganisation “Movimiento Maria Elena Cuadra” unterstützt und den Frauen bei Lohnausfall durch Streiks und Entlassungen geholfen wird. Entsprechend das Feedback: “Diese Solidarität in anderen Ländern ist eine Hilfe für unseren täglichen Kampf, durchzusetzen, dass wir Arbeiterinnen nicht mehr misshandelt und besser bezahlt werden.”^{iv}

Richtig ist aber auch, dass die CCC inhaltlich unter ihren Möglichkeiten bleibt. Verantwortlich dafür ist die NGO-übliche Abhängigkeit von Geldern (hier: Kirchen, EU, Firmen), aber auch freiwillige Selbstbeschränkung. Entsprechend liegt die Betonung nicht auf Bekämpfung der Zustände, sondern meist auf Dialog, um die Firmen zu “ihrer Verantwortung

gegenüber den Arbeiter/innen” zu ermahnen. Schließlich hat die Kampagne bei allen Vorteilen eines breiten Bündnisses auch zweifelhafte Fürsprecher. Auf der Tagung “Fit for fair” im Mai 2002 in Köln sprach sich etwa Sigrid Skarpelis-Sperk, MdB (SPD), für eine Zusammenarbeit von Organisationen wie WTO, Weltbank, OECD und ILO aus. Auch auf den Beistand des eher doppelzüngigen Rudi Assauers, Präsident von Schalke 04, könnte die Kampagne getrost verzichten.

Im Kern betreibt die CCC eine Stellvertreterpolitik, die sich aus den Schwitzbuden mehr Kampfbereitschaft erhofft als sie selbst zu bieten hat. Sie möchte “als Kampagnenpartner im Süden gerne eine neue Arbeiterbewegung im internationalen Bekleidungsbusiness – vehement und renitent und irgendwie basisorientiert – aufspüren. Paradoxerweise sind gerade diese Ansprüche in den Vermarkterländern von Bekleidung selbst aus den verschiedensten Gründen auf absehbare Zeit nicht einlösbar”, so Ronald Köpke, Consultant zu Sozial- und Umwelstandards, tätig in Lateinamerika^v. Abgesehen davon, dass die Geschichte immer wieder für Überraschungen gut ist und Köpke in letztem Punkt widerlegen möge, ist doch ansonsten die Kritik an der Lobby-Politik aus dem Norden überaus treffend.

Gruppen wie die CIR bilden noch eine gewisse Ausnahme, deren Wortwahl sich von anderen NGOs abhebt. Da wird noch Brecht zitiert, von Kapitalverhältnissen gesprochen und darauf verwiesen, dass “der Kampf der mittelamerikanischen Basisorganisationen um ihre Rechte nur erfolgreich sein [kann], wenn sich bei uns, in den wirtschaftlichen Machtzentren etwas verändert”. Wertvoll ist auch, dass Berichte wie über den Arbeitskampf beim Puma-Zulieferer Matamoros in Mexiko von März 2003 zur Verfügung gestellt werden – bei gleichzeitiger Distanzierung von “gelben Gewerkschaften”.

Politische Nadelstiche

Daran sollte eine im Vergleich zum NGO-Spektrum unabhängigere und radikalere Solidaritätsarbeit anknüpfen. Denn sicherlich wäre es spannend, sich jenseits eines Nord-Süd-Gefälles im Widerstand gegen die Offensive des Kapitals mehr aufeinander zu beziehen und Kampferfahrungen auszutauschen. Zumindest könnte von Arbeitskämpfen in den Produktionsstätten eine gewisse Signalwirkung ausgehen. Deshalb lohnt es sich bestimmte Kämpfe genauer auszuwerten. In den 90er Jahren gab es neben Streiks auch Betriebsbesetzungen wie etwa in Nicaragua. In Argentinien stand im Jahr 2003 die Textilfabrik Brukman – von der Kampagne für saubere Kleidung unerwähnt – zeitweise ganz unter Kontrolle der ArbeiterInnen, während KollegInnen bei Zanon erfolgreich zeigten, dass auch hochmoderne Fabriken angeeignet und in Eigenregie betrieben werden können.^{vi} Unter den jüngsten Auseinandersetzungen im Textilbereich ist die der vergleichsweise fortschrittlichen türkischen Gewerkschaft DISK zu erwähnen, bei der sich einige KollegInnen an der Basis von Funktionären hintergangen sahen^{vii}.

Wünschenswert wäre es auch, wenn Interviews mit ArbeiterInnen mittelfristig über die Beschreibung der miserablen Bedingungen hinaus kämen. Denn für einen genaueren Blick wären sog. militante Untersuchungen wertvoll, mit denen sich Möglichkeiten von Widerstand ausloten lassen anstatt hauptsächlich Mitleid zu erregen.

Auch hinsichtlich Interessenorganisation wäre ein internationaler Austausch höchst interessant. Genauere Beachtung verdienen etwa autonome Frauengruppen in Zentralamerika, die jenseits traditioneller Gewerkschaftsvertretung eine doppelte Präsenz in den Betrieben wie im Reproduktionsbereich bieten. Interessant daran auch, dass sie sich nicht in das Schema der CCC einreihen lassen und sich gegen Instrumentalisierungen mit dramatischen Bildern wehren.^{viii}

Erinnert sei an dieser Stelle auch an die erste größere Solidaritätskampagne aus der BRD zu Kämpfen im Bekleidungssektor, als ArbeiterInnen bei dem deutschen Konzern Adler in Südkorea 1987 durch Besetzung und Streiks auf sich aufmerksam machten. Begleitende

Anschläge der Roten Zora wie der Amazonas führten schließlich dazu, dass Adler einige Forderungen erfüllte.^{ix}

Auch die Aktionsformen der CCC haben ihren festen Platz in der Vielfältigkeit von Protest und es ist zu hoffen, dass sie für die ArbeiterInnen vor Ort zumindest größere Spielräume ermöglichen. Allerdings sollte die Rolle der Konsumierenden als Subjekt von Veränderung nicht überschätzt werden. Vielmehr sollte es über die Kampagne hinaus in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen heißen, mehr Sand im Getriebe zu sein. Auch das wäre eine gelungene Form von Solidarität, falls es einigen Näherinnen im Zeichen der Olympischen Spiele gelingen sollte, auch ein paar politische Nadelstiche zu setzen.

Mario Tal

ⁱ Die folgenden Zitate aus: Play fair bei Olympia. Arbeitsbedingungen in der Sportbekleidungsindustrie, Bestellung: www.fairolympics.org

ⁱⁱ www.cleanclothes.org; www.saubere-kleidung.de

ⁱⁱⁱ www.ci-romero.de

^{iv} ebd.

^v www.florece.net

^{vi} vgl. www.wildcat-www.de

^{vii} vgl. www.labournet.de

^{viii} vgl. Ronald Köpke: Nationaler Wettbewerb und Kooperation. Freie Produktionszonen in Mittelamerika, Münster 1998. Thematisch lassen für Köpke die freien Produktionszonen eine tiefere Analyseöglichkeit des globalen Kapitalismus zu.

^{ix} Vgl. Terres des Femmes: Nadeln und Netze. Frauenrechte in der globalen Textilindustrie, Tübingen 2001.