



LICHT INS DUNKEL

Ein Blick auf die Ausbeutung
in der Modebranche

Oktober 2020 | www.fashionchecker.org/de

**FASHION
CHECKER** 

**Clean
Clothes
Campaign** 

Oktober 2020

Kampagne für Saubere Kleidung

Clean Clothes Campaign Germany 

Die Kampagne für Saubere Kleidung (Clean Clothes Campaign - CCC) ist ein globales Netzwerk von Arbeits- und Menschenrechtsorganisationen, einschließlich Gewerkschaften. Sie setzt sich für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Bekleidungs- und Sportbekleidungsindustrie ein. Die CCC nutzt handlungsorientierte Forschung als Grundlage ihrer Kampagnen und Lobbyarbeit, um die Bekleidungsindustrie menschenrechtskonformer zu gestalten. Das Menschenrecht auf einen existenzsichernden Lohn steht im Mittelpunkt ihrer Aktivitäten, da es der Kern der Beschwerden von Arbeiter*innen ist.

“Filling the Gap: Achieving Living Wages through improved transparency” ist ein dreijähriges Projekt, das von der Europäischen Kommission (GD DEVCO) kofinanziert wird. Daran sind 17 CCC-Partner aus ganz Europa (Niederlande, Belgien, Deutschland, Österreich, Kroatien, Finnland, Italien, Polen, Tschechien, Ungarn, Schweden) sowie Partner*innen aus Indonesien, China und Indien beteiligt.

Kontakt: fashionchecker@cleanclothes.org

Autorin: Dominique Muller, Labour Behind the Label

Übersetzung ins Deutsche: Sina Marx, FEMNET

Design und Layout: Heather Knight



Diese Publikation wurde mit finanzieller Unterstützung der Europäischen Union produziert. Für die Inhalte ist allein die Kampagne für Saubere Kleidung verantwortlich. Diese spiegeln nicht die Sichtweise der EU wider.

Cover Foto:
Kristof Vadino

INHALT

- 02 Zusammenfassung: Kein Fortschritt hin zu Existenzlöhnen
- 03 Hintergrund: Zur Notwendigkeit existenzsichernder Löhne
- 05 Verpflichtung zur Zahlung von Existenzlöhnen
- 06 Einen Existenzlohn zahlen - aber wie?
- 09 Wer zahlt existenzsichernde Löhne?
- 12 Transparenz und Löhne
- 14 Covid-19: Öffentliche Missachtung von Arbeiter*innen und ihren Löhnen
- 15 Empfehlungen

ZUSAMMENFASSUNG: Kein Fortschritt bei Existenzlöhnen

Dieser kurze Bericht dient als Leitfaden für das FashionChecker-Tool ([FashionChecker.org/de](https://fashionchecker.org/de)) und zeigt die Lücken bei der Zahlung eines existenzsichernden Lohns an Textilarbeiter*innen auf. Die Ergebnisse stützen sich auf Forschungsergebnisse aus den Jahren 2019 und 2020.

Unternehmensbefragung

Wir haben 108 Marken- und Einzelhandelsunternehmen aus 14 Ländern (Belgien, Dänemark, Finnland, Frankreich, Irland, Italien, Japan, Luxemburg, Niederlande, Polen, Spanien, Schweden, Großbritannien und die USA) kontaktiert und sie gefragt, was sie in Bezug auf Transparenz und Existenzlöhne in ihren Lieferketten tun. Die meisten Unternehmen antworteten - nur 35 gaben keine Antwort. Die Fragen basieren weitgehend auf Konsultationen mit Arbeiter*innen, die zu der 2013 veröffentlichten CCC-Roadmap für einen existenzsichernden Lohn führten sowie zu den Firmencheck-Berichten 2018 und 2019.

Feldforschung

Parallel zu dieser globalen Unternehmensbefragung führten wir Feldforschung in China, Indonesien, Indien, der Ukraine und Kroatien durch. Forscher*innen vor Ort befragten über 490 Arbeiter*innen in 19 Fabriken, die Kleidung für 40 verschiedene Unternehmen herstellten. Dazu gehören große Marken wie H & M, Zara, Primark, GAP, Nike, Adidas, New Balance, Hugo Boss, Esprit, Oliver, Puma, Reebok, C & A, Carrefour und Asics. Den Arbeiter*innen wurden Fragen zu ihrer Arbeitszeit, ihren Löhnen, Verträgen, Gehaltsabrechnungen und Arbeitsbedingungen sowie andere Fragen zu ihrer Hausarbeit, ihrem Weg zur Arbeit sowie Ideen zur Verbesserung ihrer Arbeitsbedingungen gestellt.

Momentan finden sich Daten von 259 Arbeiter*innen, die in 13 verschiedenen Fabriken arbeiten (194 Frauen

und 65 Männer) im FashionChecker. Zu den Marken, die den Arbeiter*innen zufolge in diesen Fabriken kaufen, gehörten Schiesser, Benetton; Siseley, Olymp; Escada, Hugo Boss, Adidas, Esprit, s.Oliver, Gerry Weber, Asics, New Balance, Nike, Reebok, Puma, C&A, H&M, GAP und Zara. Die Mehrheit der von uns befragten Arbeiter*innen war zwischen 21 und 30 Jahre alt, fast zwei Drittel waren zwischen 21 und 40 Jahre alt.

Ergebnisse

Leider haben wir festgestellt, dass - trotz zahlreicher Versprechen - kein einziges dieser Unternehmen allen Arbeiter*innen in seiner Lieferkette einen existenzsichernden Lohn gezahlt hat. Nicht einmal mit umfangreichen Überstunden erreichten die Arbeiter*innen einen Betrag, der einem existenzsichernden Lohn entsprach.

Die Corona-Krise

Zusätzlich zu dieser Untersuchung haben wir im Frühjahr 2020 während der Corona-Krise, als viele Unternehmen nicht für Bestellungen bezahlten und zukünftige Bestellungen stornierten, Informationen über die Arbeitsbedingungen und die Auswirkungen auf die Arbeiter*innen gesammelt. Insbesondere haben wir die Höhe der unbezahlten und zu wenig gezahlten Löhne in der globalen Bekleidungsindustrie analysiert. Viele der Marken, die wir für diesen Bericht befragt haben, haben Bestellungen storniert, Rabatte und / oder Zahlungsaufschub für bereits produzierte oder laufende Bestellungen verlangt. Zu den Unternehmen im FashionChecker, die sich nicht verpflichtet haben, für abgeschlossene und in Produktion befindliche Bestellungen vollständig und zu vereinbarten Bedingungen zu zahlen, gehören Arcadia, Bestseller, C&A, Levi Strauss & Co., Primark und Walmart. Die Ergebnisse dieser Untersuchung zeigen deutlich die Kluft zwischen den Behauptungen von Bekleidungsmarken und den tatsächlichen Realitäten, mit denen Arbeiter*innen in Produktionsländern konfrontiert sind.

HINTERGRUND:

Zur Notwendigkeit existenzsichernder Löhne

In den letzten zehn Jahren haben globale Markenunternehmen, die Kleidung aus Niedriglohnländern auf der ganzen Welt einkaufen, als Reaktion auf öffentlichen Druck zumindest auf dem Papier anerkannt, dass die Löhne, die sie ihren Arbeiter*innen zahlen, für deren Grundbedürfnisse ausreichen sollten.

Dennoch leben die meisten Arbeiter*innen und ihre Familien weiterhin in Armut, während die Unternehmen die kostengünstigen Arbeitskräfte nutzen, um riesige Gewinne zu erzielen. Die Versprechungen der Unternehmen zur Gewährleistung angemessener Löhne haben in der Praxis für die Arbeiter*innen kaum oder gar keine Verbesserungen gebracht.

Große Modefirmen haben enorm viel Macht und verfügen jedes Jahr über Millionen von Dollar. Sie haben die Freiheit, aus Niedrigkosten- und Niedriglohnländern zu wählen, und in diesen Märkten Preise, Quantität und Qualität zu bestimmen, ohne die Auswirkungen auf Zulieferfabriken und ihre Arbeiter*innen zu berücksichtigen. Das vorherrschende Geschäftsmodell stellt Land gegen Land und Lieferant gegen Lieferant in einem globalen Wettlauf gegenüber. Angesichts des enormen Drucks, Preise und Löhne so niedrig wie möglich zu halten, waren fast alle Initiativen zur Bekämpfung der Armutslöhne bislang erfolglos. Dieses Geschäftsmodell systematischer Ausbeutung ist der Hauptgrund dafür, dass die Arbeiter*innen - die meisten davon sind Frauen im globalen Süden - weiterhin in Armut leben.

Umgekehrt könnte das Recht auf einen existenzsichernden Lohn der Schlüssel für eine Transformation der Industrie sein. Denn Lösungen für dieses Problem führen zu Lösungen für eine ganze

Die gesetzlichen Mindestlöhne in Produktionsländern auf der ganzen Welt unterschreiten ein existenzsicherndes Niveau, was bedeutet, dass Textilarbeiter*innen nicht in der Lage sind, die grundlegendsten Bedürfnisse für sich und ihre Familien zu befriedigen. Die Kluft zwischen dem gesetzlichen Mindestlohn und einem existenzsichernden Lohn wächst ständig. In Asien deckt der Mindestlohn zwischen 21% (Bangladesch) und etwa 46% (China) eines existenzsichernden Lohns ab. In europäischen Produktionsländern sehen wir manchmal noch größere Lücken: von nur 10% in Georgien bis 40% in Ungarn.

Reihe damit verbundener Probleme für Arbeiter*innen: Dazu zählen übermäßige Überstunden, Kinderarbeit, schlechte Wohnverhältnisse, Gewalt am Arbeitsplatz, Mangelernährung und andere Gesundheitsrisiken.

Im Jahr 2014 führte die Kampagne für Saubere Kleidung mit dem „Firmencheck“ eine Studie durch zu den Versprechen von Markenunternehmen, an einem existenzsichernden Lohn zu arbeiten. Fünf Jahre später haben wir uns erneut 20 große Marken angesehen, um festzustellen, ob die Versprechen zur Zahlung eines existenzsichernden Lohns geführt haben. Wir haben festgestellt, dass keines der befragten Unternehmen Beweise dafür liefert, dass Arbeiter*innen in Asien, Afrika, Mittelamerika oder Osteuropa einen existenzsichernden Lohn erhalten.

Mit der Einführung des FashionChecker und der damit einhergehenden Forschung haben wir nun über 100 Unternehmen untersucht, um festzustellen, wie viel Fortschritt erzielt wurde. Unsere aktuelle Forschung hat erneut ergeben, dass zwischen den Versprechungen und den tatsächlichen Ergebnissen

für die Arbeiter*innen Welten liegen: Während viele der gelisteten Marken sich auf dem Papier schon seit Jahren zur Zahlung von Existenzlöhnen verpflichtet, hat unsere ergebnisorientierte Bewertung gezeigt, dass noch kein einziges Unternehmen tatsächlich nachweisen kann, dass alle Arbeiter*innen in der Lieferkette einen Lohn erhalten, von dem sie leben können.

Dieses Mal haben wir auch die Transparenz in der gesamten Lieferkette ins Scheinwerferlicht gerückt. Transparenz ist ein wichtiges Instrument, um die Situation der Arbeiter*innen vor Ort beurteilen zu können.

Zu den Schlüsselthemen, die behandelt werden müssen, um Armutslöhne in der Bekleidungsindustrie sinnvoll anzugehen, gehören:

- Ein Mangel an schlüssigen Informationen über Löhne in textilen Lieferketten hindert Bürger*innen / Verbraucher*innen, Marken- und Einzelhandelsunternehmen sowie politische Entscheidungsträger*innen daran, fundierte Entscheidungen zu treffen, um bestehende Praktiken zu ändern und wirksame Strategien zu entwickeln.

- Mangelndes Bewusstsein für internationale Menschenrechte und Kenntnis ihrer eigenen Rechte bei der Arbeit für Arbeiter*innen.

- Mangelnde Transparenz in der Bekleidungs- und Schuhindustrie, die dazu führt, dass nicht nachvollzogen werden kann, welche Unternehmen welche Artikel wo produzieren lassen. So gibt es kein genaues Bild von den Arbeitsbedingungen in der Lieferkette einzelner Unternehmen, noch ist es Arbeiter*innen in verschiedenen Teilen der Lieferkette möglich, gemeinsam Verbesserungen zu fordern.

Mit unserem Fashion Checker können Nutzer*innen auf einen Blick erkennen, wie viel Arbeiter*innen bekannter Modemarken verdienen und wieviel sie bekommen müssten, um einen existenzsichernden Lohn zu verdienen.

Mit dem Fashion Checker möchten wir Arbeiter*innen und ihre Interessensvertretungen befähigen, sich für ihre Rechte einzusetzen, sowie Bürger*innen und Verbraucher*innen mit dem Wissen und den Beweisen ausstatten, um verantwortungsvolle Einkaufsentscheidungen zu treffen und Modeunternehmen zur Rechenschaft zu ziehen. Wir hoffen, dass dieses neue Tool in Zukunft Arbeiter*innen auf der ganzen Welt offen stehen wird, um neue Daten zu Löhnen an ihren Arbeitsplätzen einzugeben.

Wir hoffen, dass dieses neue Instrument mit seinem Fokus auf Transparenz und Rückverfolgbarkeit, den konkreten Details der tatsächlich in Fabriken gezahlten Löhne sowie der Fähigkeit von Arbeiter*innen, Gewerkschaften und anderen, ihre eigenen Daten hinzuzufügen, zu konkreten Verbesserungen der gezahlten Löhne in globalen Lieferketten führen wird.

“Die Löhne der Arbeiter*innen sind seit Anfang 2019 regelmäßig um ein oder zwei Monate verzögert worden. Erst als wir uns beschwert haben, wurde bezahlt – aber diesen Monat schon wieder nicht. Der Fabrikdirektor sagte, dass eine Firma nicht gezahlt habe und er deshalb keine Wahl hat. Aber wir haben doch unseren Job gemacht!”

EINE ARBEITERIN IN DER UKRAINE

SCHRITTE AUF DEM WEG ZU EINEM EXISTENZLOHN

Ein Existenzlohn ist ein Menschenrecht

Die Zahlung eines existenzsichernden Lohns ist ein Menschenrecht, das in der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen festgelegt ist. „Jeder, der arbeitet, hat das Recht auf eine gerechte und günstige Vergütung, die ihm und seiner Familie eine menschenwürdige Existenz garantiert“ (Allgemeine Erklärung der Menschenrechte, Artikel 23). Dies wird durch die Definitionen der IAO für menschenwürdige Arbeit verstärkt und als Menschenrechtsstandard weithin akzeptiert. Trotzdem erhalten Arbeiter*innen in der Bekleidungsindustrie auf der ganzen Welt einen Lohn, der weit unter diesem Niveau liegt.

Unternehmen sind verpflichtet, einen Existenzlohn zu respektieren

Im Jahr 2011 hat der UN-Menschenrechtsrat die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte bestätigt, in denen festgelegt wird, dass es eine staatliche und unternehmerische Pflicht gibt, diese Rechte zu schützen und zu respektieren. Die Unternehmenspflicht ist dabei unabhängig von der Fähigkeit und/oder Bereitschaft der Staaten, ihre eigenen Menschenrechtsverpflichtungen zu erfüllen. Ihre Gültigkeit reicht über die Einhaltung der nationalen Gesetze und Vorschriften zum Schutz der Menschenrechte hinaus. Im Zusammenhang mit dem Recht auf eine menschenwürdige Vergütung bedeutet dies, dass Markenunternehmen selbst dann verpflichtet sind, dafür zu sorgen, dass die Arbeiter*innen existenzsichernde Löhne erhalten, wenn Regierungen es versäumen, Mindestlöhne festzulegen, von denen die Arbeiter*innen ein Leben in Würde führen können.

DEFINITION - EXISTENZSICHERNDER LOHN

Ein existenzsichernder Lohn ist ein Lohn, der ausreicht, um die Grundbedürfnisse einer Arbeiterin und ihrer Familie zu decken sowie einen kleinen Betrag zur freien Verfügung lässt.

Insbesondere muss dieser Lohn

- für alle Arbeiter*innen gelten
- in einer Standardarbeitswoche von nicht mehr als 48 Stunden verdient werden*
- das Netto-Grundgehalt nach Abzug von Steuern und (falls zutreffend) Prämien, Zulagen oder Überstunden sein
- die Grundbedürfnisse einer Arbeiterin und ihrer Familie decken (für Asien kann dies als 3 Konsumeinheiten definiert werden, wobei ein Erwachsener = 1 und ein Kind = 0,5 ist. Für andere Regionen ist eine Berechnung zur Definition einer Familie erforderlich, um unterschiedliche Familiengrößen zu berücksichtigen).
- zusätzliche 10% der Kosten für Grundbedürfnisse als frei verfügbares Einkommen beinhalten.

* 48 Stunden ist die Standardarbeitswoche im Sinne des IAO-Übereinkommens über die Arbeitszeit, 1919 Nr. 1. Das Vierzig-Stunden-Wochen-Übereinkommen von 1934 Nr. 47, Artikel 1A, weist die Staaten jedoch an, die Standardarbeitswoche auf 40 Stunden zu reduzieren. In diesem Fall ist die Kampagne für Saubere Kleidung der Ansicht, dass der existenzsichernde Lohn in den üblichen 40 Stunden verdient werden muss, gemäß den Anweisungen der IAO: „Die Einführung der 40-Stunden-Woche sollte nicht zu einer Verringerung des Lebensstandards der Arbeiter*innen führen“.

EINEN EXISTENZLOHN ZAHLEN – ABER WIE?

Zur Erreichung eines Existenzlohns sind verschiedene Schritte nötig:

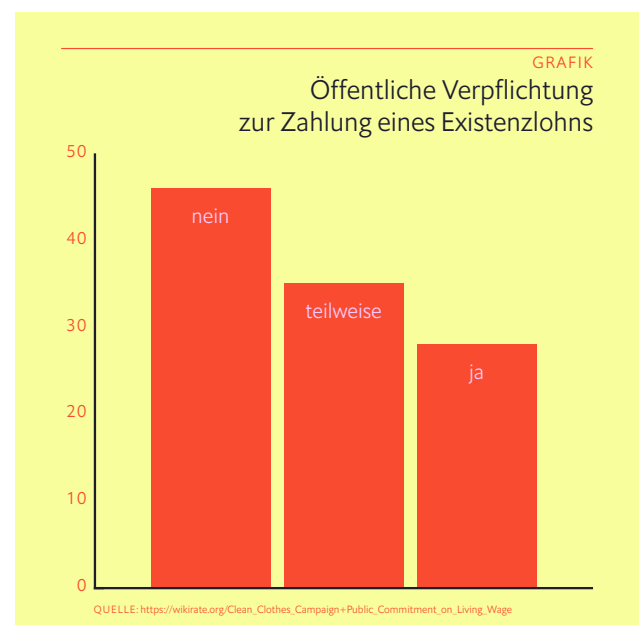
Wie ein Existenzlohn erreicht werden kann

- Den Existenzlohn für die Region oder Fabrik anhand eines glaubwürdigen Richtwertes ("Benchmark") berechnen
- Eine Verpflichtung veröffentlichen, entlang der gesamten Lieferkette einen Existenzlohn zu zahlen
- Lohnkosten von Preisverhandlungen ausnehmen: Den Anteil der Lohnkosten am Gesamtpreis ermitteln und sicherstellen, dass der gezahlte Preis ausreicht, um Existenzlöhne zu zahlen.
- Einen Aktionsplan veröffentlichen, der festlegt, bis zu welchem Zeitpunkt welches Lohnniveau erreicht werden soll und transparent über Fortschritte berichten.
- Die Zahlung eines Existenzlohns für alle Arbeiter*innen sicherstellen.

Verpflichtung zur Zahlung eines Existenzlohns

Von 108 befragten Markenunternehmen haben nur 28 eine klare Verpflichtung veröffentlicht, die sicherstellt, dass ein existenzsichernder Lohn im gesamten Liefernetzwerk gezahlt wird. Weitere 35 Markenunternehmen haben Zusagen hinsichtlich eines existenzsichernden Lohns gemacht, die jedoch nicht alle erforderlichen Kriterien abdeckten (zum Beispiel nicht die gesamte Familie umfassen).

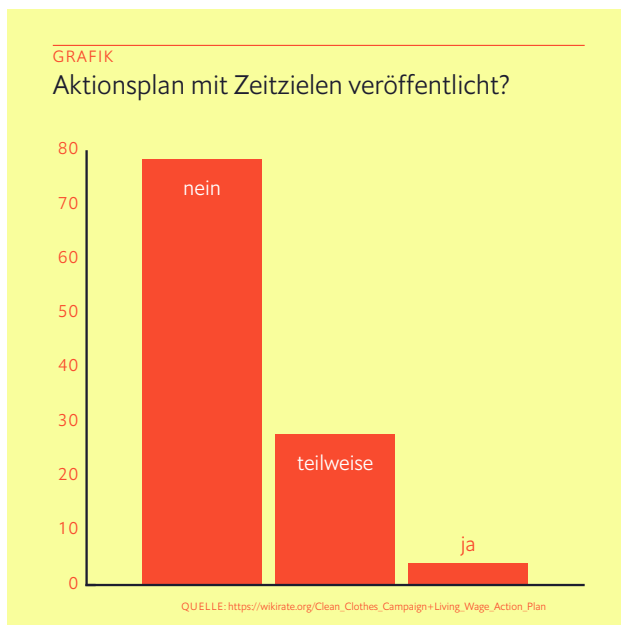
46 Unternehmen haben jedoch keinerlei Selbstverpflichtung zur Zahlung eines existenzsichernden Lohns in ihren Lieferketten veröffentlicht. Zu diesen Unternehmen gehören globale Einzelhändler wie Amazon, Aldi und Lidl sowie Puma und Levi und eine Vielzahl kleinerer Marken.



Öffentlicher Aktionsplan mit Zeitzielen zur Erreichung von Existenzlöhnen

Trotz der Tatsache, dass insgesamt 63 Markenunternehmen eine Art öffentlicher Verpflichtung eingegangen sind, haben 79 keinerlei öffentlichen Plan, der beschreibt, wie die Löhne für Arbeiter*innen in ihrem Liefernetzwerk verbessert werden können. Durch jahrelange Forschung und Zusammenarbeit mit Gewerkschaften und Arbeiter*innen vor Ort haben wir jedoch gelernt, dass es ohne einen Plan auch keine Verbesserung für existenzsichernde Löhne geben kann.

Nur drei Markenunternehmen haben einen zeitgebundenen, öffentlichen Aktionsplan veröffentlicht, in dem beschrieben wird, wie sie einen existenzsichernden Lohn für Arbeiter*innen in ihren Lieferketten erzielen können - Belconfect, Kings of Indigo, Stanley-Stella. Alle drei sind Mitglieder der Fair Wear Foundation. 27 weitere Markenunternehmen sagen, sie würden daran arbeiten, die Löhne für Arbeiter*innen in ihrem Liefernetzwerk zu verbessern.



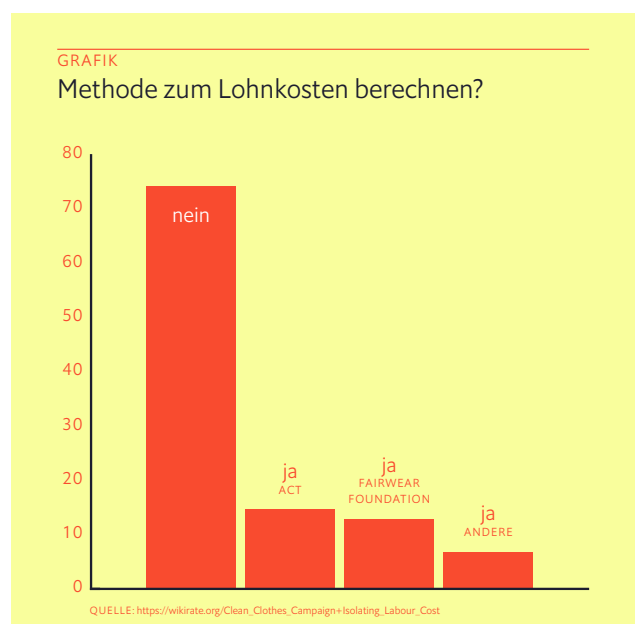
B&C, Bel und Bo, BP, Carrefour, CKS, E5 Mode, Engelbert Strauss, JBC, Kuyichi, Mayerline, Van de Velde und Van Heurk bekräftigen zwar alle, dass sie eine Verpflichtung zur Zahlung eines existenzsichernden Lohns haben, können jedoch keinen öffentlich einsehbaren, zeitgebundenen Plan vorlegen.

Lohnkosten isolieren

Während Verpflichtungen auf dem Papier schnell gemacht sind, besteht der nächste Schritt, um die Zahlung eines existenzsichernden Lohns sicherzustellen, darin, die eigenen Einkaufspraktiken - insbesondere die Preisgestaltung - daraufhin zu überprüfen, ob sie es Lieferant*innen ermöglichen, einen existenzsichernden Lohn zu zahlen. Ein wesentlicher Teil davon besteht darin, sicherzustellen, dass die Markenunternehmen die Arbeitskosten der Produktion bei ihren Lieferant*innen kennen.

Arbeitskosten sind die Kosten, die dem Arbeitgeber/ der Arbeitgeberin bei der Beschäftigung der Arbeiter*innen entstehen. Dies umfasst Löhne, Überstunden, Prämien, Steuern usw. sowie Sozialversicherungs- / Rentenkosten und kann auch Kosten wie Essen, Wohnen, Reisen, Uniformen usw. umfassen.

Wir haben Unternehmen gefragt, ob sie eine Methode zur Isolierung dieser Kosten haben, damit sie Preise zahlen können, die es ermöglichen, einen existenzsichernden Lohn zu zahlen und zu verstehen, wie viele Arbeitskosten anfallen. Normalerweise machen die tatsächlichen Lohnkosten nur einen winzigen Bruchteil des gesamten Einzelhandelspreises aus. Ohne zu wissen, wie hoch der Anteil der Arbeitskosten am Einkaufspreis ist, lässt sich nicht einschätzen, wie die Preise für Produkte gestaltet sein müssen, um die Zahlung existenzsichernder Löhne zu ermöglichen. Unsere Ergebnisse zeigen, dass 75 Unternehmen keinerlei Mechanismus zur Isolierung der Lohnkosten nutzen, während 34 eine Methode etabliert haben.



Benchmarks: Richtwerte für Existenzlöhne

Ein weiterer wichtiger Schritt bei der Realisierung eines existenzsichernden Lohns ist die wirkliche Berechnung eines existenzsichernden Lohns. Was ein existenzsichernder Lohn ist, ist von Land zu Land und von Region zu Region innerhalb der Landesgrenzen unterschiedlich. Um einen existenzsichernden Lohn zu zahlen, muss vorab also die jeweilige Höhe eines existenzsichernden Lohns konkret definiert werden - für jedes Land und für verschiedene Regionen.

Viele Markenunternehmen behaupten, sich für einen existenzsichernden Lohn zu engagieren, nutzen jedoch keine Richtwerte, auf diese sich ihre Versprechungen beziehen und anhand derer sie Fortschritte messen können.

Richtwerte bringen existenzsichernde Löhne von einem abstrakten Konzept zu einem erreichbaren Ziel. Zu diesem Zweck müssen sich Unternehmen

zu Richtwerten für einen existenzsichernden Lohn verpflichten, welche die jeweiligen Lebenshaltungskosten ihrer Beschaffungsländer oder -regionen berücksichtigen, und diese Zahlen (oder Lohnleitern) verwenden, um voranzukommen.

Ein Richtwert für existenzsichernden Lohn muss vorhanden sein, um messen zu können, ob die in der Lieferkette gezahlten Löhne ausreichen, die Grundbedürfnisse einer Arbeiterin und ihrer Familie abzudecken. Es gibt eine Reihe von Richtwerten für existenzsichernde Löhne, die auf unterschiedlichen Methoden basieren. Für die Tabelle auf Seite 9 haben wir verschiedene Richtwerte angewendet, um die Lücke zwischen den erhaltenen Löhnen und dem existenzsichernden Lohn hervorzuheben. In unserer Unternehmensumfrage haben wir festgestellt, dass mehr als die Hälfte der Unternehmen keinen glaubwürdigen Richtwert für existenzsichernde Löhne aufweisen kann oder verwendet.



Photo: Taslima Akhter

WER ZAHLT Existenzlöhne?

Wir haben Unternehmen gebeten, Beweise dafür vorzulegen, wie vielen Arbeiter*innen in ihren Lieferketten ein existenzsichernder Lohn gezahlt wurde. Die Aktivitäten der Unternehmen und die Zahlung von Existenzlöhnen wurden anschließend nach verschiedenen Kriterien bewertet. Bei der Frage nach der tatsächlichen Zahlung von Existenzlöhnen erhielten von 108 Unternehmen 100 ein "E" (auf einer Skala von A = "100% der Arbeiter*innen erhalten einen Existenzlohn" bis zu E = "0% der Arbeiter*innen erhalten einen Existenzlohn"). Das bedeutet, dass die überwältigende Mehrheit der Unternehmen keine Löhne zahlt, von denen die Arbeiter*innen in ihren Lieferketten leben können! Beispiele für diese Marken reichen von Onlinehändlern wie bis zu High Street-Marken wie adidas, H&M, Zara und Primark.

Sieben Marken haben eine D-Bewertung erhalten, was bedeutet, dass die Marke Beweise dafür vorgelegt hat, dass mindestens 1% bis 25% ihrer Lieferant*innen den angegebenen existenzsichernden Lohn des Unternehmens zahlen und dass sie begonnen hat, zur Zahlung eines existenzsichernden Lohns beizutragen, einschließlich der Zahlung höherer Preise an alle Lieferant*innen, um die höheren Arbeitskosten zu decken. Diese Beweise sind öffentlich zugänglich (Jack Wolfskin, Mayerline, Salewa, Schijvens, Stanley-Stella, Engelbert Strauss und Belconfect).

Nur eine Marke - Gucci - erhielt ein C-Rating. Gucci behauptet, dass 50% oder mehr ihrer Lieferant*innen den angegebenen existenzsichernden Lohn des

Unternehmens an alle ihre Arbeiter*innen zahlen. Dazu gibt es zwar eine plausible Erklärung, die Beweise veröffentlicht das Markenunternehmen jedoch nicht. Laut Gucci sind 95% ihrer Hersteller*innen in Italien ansässig und zahlen bei allen Lieferant*innen einen in einem nationalen Tarifvertrag ausgehandelten Lohn. Dieser Lohn deckt jedoch nur in wenigen Fällen einen existenzsichernden Lohn ab. Leider hat Gucci in seiner Transparenzbewertung nur einen Stern erhalten, da keine Angaben zu den Lieferant*innen gemacht werden. Somit sind auch die Angaben zu Existenzlöhnen nicht nachprüfbar.

Was Arbeiter*innen über Löhne berichten

Diese Ergebnisse spiegeln sich in der Feldforschung wider: Keine*r der befragten Arbeiter*innen verdient einen existenzsichernden Lohn. Tatsächlich wurden 27% der befragten Arbeiter*innen unter dem regionalen oder nationalen Mindestlohn bezahlt, wenn man Überstunden nicht dazuzählt.

Die folgende Tabelle zeigt den Unterschied zwischen den tatsächlichen Lohnzahlungen, dem geschätzten existenzsichernden Lohn (gemäß glaubwürdiger Richtwerte für die jeweiligen Standorte) und dem gesetzlichen Mindestlohn. Die Daten machen dabei die große Kluft zwischen dem Mindestlohn und dem existenzsichernden Lohn deutlich. Außerdem zeigt sich, dass viele Arbeiter*innen Überstunden leisten müssen, um diesen Mindestlohn überhaupt zu erreichen.

	Mindestlohn (Netto 2019) in lokaler Währung	Existenzlohn (pro Monat)	Benchmark	Nettolohnspanne (pro Monat)	durchschnittlicher Monatslohn ohne Überstunden
Kroatien	3000	9,260	CCC Berechnung 2020	2720 - 4100	3101.67
Ukraine	3359	19,944	CCC Berechnung 2020	3500 - 4120	3630
Indien (Tamil Nadu)	339 pro Tag - 8475 im Monat bei 15 Arbeitstagen	29,323	Asia Floor Wage Alliance (AFWA)	6351 - 9200	8208.94
Indonesien (Banten)	3,366,512	7,249,086	AFWA	2,040,752 – 3,934,194	3,500,478
China	1720	5410	AFWA	1660 - 2815	2123

Selbst innerhalb eines Landes gibt es in unterschiedlichen Fabriken signifikante Unterschiede im Lohnniveau. In Indonesien liegt der Durchschnittslohn in der Fabrik PT. Shin Hwa Biz beispielsweise bei 3.069.278 Rp (indonesische Rupiah) monatlich, was nicht nur 13% unter dem Durchschnitt der untersuchten Fabriken liegt, sondern auch unter dem regionalen gesetzlichen Mindestlohn.

Arbeitszeiten und Löhne

Ein existenzsichernder Lohn sollte während einer normalen Arbeitswoche verdient werden können, die nicht länger als 48 Stunden ist. Stattdessen sieht die Realität so aus, dass in dieser Zeit oft nicht einmal der Mindestlohn verdient wird. Tatsächlich müssen die meisten Textilarbeiter*innen entweder unrealistische Tagesquoten erreichen, um ihren Lohn zu verdienen, oder lange Überstunden leisten. Im Allgemeinen haben die meisten Länder Arbeitsgesetze, die höhere Löhne für Überstunden vorschreiben, die in der Praxis jedoch nicht befolgt werden.

„Mein Job ist anstrengend. Jeden Tag muss ich 18 Stunden arbeiten. Viele Arbeiter*innen können das Produktionsziel nicht erreichen und werden deshalb entlassen. Ich muss hart arbeiten, um meinen Job zu behalten.“

EINE ARBEITERIN IN CHINA

Überstunden

Unsere Befragungen haben gezeigt, dass alle Arbeiter*innen in China im Vormonat mehr als 100 Überstunden geleistet haben. Nur zwei von ihnen verdienten - jedoch unter Einbezug der Überstunden - einen Betrag, der dem existenzsichernden Lohn entspricht.

50 der befragten Arbeiter*innen arbeiten 27 Tage im Monat oder länger. Die Hälfte von ihnen hat Kinder, auf die sie aufpassen müssen. 23 Arbeiter*innen gaben an, 30 Tage im Monat zu arbeiten. In China betrug die durchschnittliche Anzahl der Überstunden 122 Stunden pro Monat, in Indien 23.

Oft sollten Überstunden mit 150% (z.B. an Wochentagen), 200% (z.B. an Wochenenden) oder manchmal sogar 250% (an nationalen Feiertagen) des üblichen Stundensatzes vergütet werden. Die Forscher*innen aus Indien, Indonesien und China bestätigten jedoch, dass die meisten Arbeiter*innen nur den normalen Lohn für Überstunden erhalten.

Produktionsziele

Arbeiter*innen haben oft Produktionsziele, die sie erreichen müssen, um ihren täglichen Lohn zu verdienen. Um diese Quoten zu erfüllen, müssen Arbeiter*innen manchmal Überstunden leisten - was jedoch oftmals nicht als Überstunden gewertet wird. Die Arbeiter*innen beklagen sich, dass die Produktionsziele größtenteils unrealistisch und nicht erreichbar sind. Fast alle der befragten Arbeiter*innen müssen Produktionsziele beachten.



Photo: Martin De Wals Will Baxter

“Im Durchschnitt gaben die Arbeiter*innen aus Shahi (Indien) an, dass sie in der Lage sind, 80% des Produktionsziels zu erreichen, allerdings nur, wenn sie die vollen 8 Stunden nutzen, indem sie die Zeit für Mittagspausen und Toilettenpausen verkürzen.” 138 der befragten Arbeiter*innen geben an, dass sie zwischen 0 und 80% ihrer täglichen Ziele ohne Überstunden erreichen. Das bedeutet im Umkehrschluss, dass alle Überstunden leisten müssen.

Geschlecht

Die Bekleidungs- und Schuhindustrie ist eine stark geschlechtsspezifische Branche. Die überwiegende Mehrheit der Textilarbeiter*innen - etwa 80% - sind Frauen. Dies ist kein Zufall, sondern das Ergebnis diskriminierender Praktiken. Frauen sind begehrte Arbeitskräfte in der Bekleidungsindustrie, weil Arbeitgeber kulturelle Stereotypen ausnutzen, die Frauen als passiv und flexibel darstellen. Wirtschaftliche, reproduktive und häusliche Pflichten wie putzen, kochen und Kinderbetreuung schränken die Möglichkeiten von Frauen ein, andere Beschäftigungen zu suchen. Oft haben sie nicht die Zeit, die Gelegenheit oder die Macht, ihre Arbeitsbedingungen zu verbessern oder über die Missbräuche zu sprechen, denen sie täglich ausgesetzt sind. Die Diskriminierung aufgrund des Geschlechts ist in den meisten Produktionsländern weit verbreitet. Frauen sind häufig verbalen und körperlichen Misshandlungen und sexueller Belästigung ausgesetzt. Hinzu kommt die Angst, angegriffen oder vergewaltigt zu werden, wenn sie spät abends von der Arbeit nach Hause gehen müssen. Frauen werden auch diskriminiert, wenn sie sich entscheiden, eine Familie zu gründen oder bereits eine Familie haben. In einigen Textilfabriken werden Bewerberinnen gefragt, ob sie verheiratet sind oder Kinder haben möchten.

“Wir werden bei der Arbeit verbal missbraucht. Es sollte weibliche Vorgesetzte geben, und wir brauchen eine bessere Bezahlung, damit wir uns um unsere Kinder kümmern können”.

EINE ARBEITERIN IN INDIEN

Diskriminierung aufgrund des Geschlechts in Fabriken bedeutet, dass Frauen stärker von niedrigen Löhnen betroffen sind. Leitende Positionen und Anstellungen, die pro Stunde statt stückweise bezahlt werden, werden in der Regel von Männern besetzt. Verträge werden häufig nicht verlängert, wenn eine Frau schwanger wird, wodurch ihnen die soziale Absicherung entzogen wird. Wanderarbeiterinnen sind aufgrund ihres Status und ihrer Identität besonders anfällig für Ausbeutung und einer ständigen rechtlichen und wirtschaftlichen Unsicherheit ausgesetzt.

Hierdurch wird eine ganze Schicht von Arbeiterinnen Bedingungen ausgesetzt, die moderner Sklaverei ähneln. Geschlechtsspezifische Diskriminierung zeigt sich auch beim Vergleich der Durchschnittslöhne in den verschiedenen verarbeitenden Sektoren. Während das geschlechtsspezifische Lohngefälle in Bekleidungs- und Schuhfabriken ein ernstes Problem darstellt, sollte nicht vergessen werden, dass diese Sektoren in den meisten Ländern außerdem auch die niedrigsten Löhne im Vergleich zu anderen verarbeitenden Industrien haben.

In unserer Unternehmensumfrage gab noch nicht einmal eines der befragten Markenunternehmen Beweise oder öffentliche Informationen zu den allgemeinen geschlechtsspezifischen Lohngefällen in ihrer Lieferkette an. Gucci hat mit anderen Luxusmarken an einer Kering-Gruppenstudie teilgenommen, in der geschlechtsspezifische Themen bei ihren Lieferant*innen in Italien untersucht wurden.

Vor Ort haben unsere Feldforschungen gezeigt, dass beispielsweise in Indien der Durchschnittslohn für die in Indien befragten männlichen Arbeiter 9053 (indische Rupien) betrug, während der Durchschnittslohn für weibliche Arbeiterinnen 7959 betrug - somit verdienen die Frauen dort im Durchschnitt nur 88% von dem, was Männer verdienen.

Es ist wichtig, dass bei der Entwicklung und Umsetzung einer Richtlinie für existenzsichernde Löhne ein geschlechtsspezifischer Ansatz gewählt wird, der die spezifische Situation von Frauen fokussiert, um sicherzustellen, dass die Berechnung des Existenzlohns die vielfältigen, armutsbedingenden Faktoren und geschlechtsspezifische Belastungen widerspiegelt.

TRANSPARENZ UND MENSCHENRECHTE

Warum Transparenz?

Die globale Lieferkette für Bekleidung ist komplex, und die Details sind versteckt. In der gesamten Branche gibt es unsichere Arbeitsbedingungen, extrem niedrige Löhne und die Unterdrückung von Gewerkschaften. Niemand möchte wissen, dass seine Kleidung unter lebensbedrohlichen Bedingungen hergestellt wurde und Arbeiter*innen nur Armutslöhne erhalten. Aber ohne zu wissen, wo sie hergestellt wurde, können wir keine fundierten Entscheidungen treffen oder Markenunternehmen für diese Bedingungen zur Rechenschaft ziehen. Der Mangel an öffentlich zugänglichen Informationen über die Lieferketten von Bekleidungsmarken und Einzelhändler*innen ist dabei ein erhebliches Hindernis, um die Menschenrechte entlang dieser Lieferketten zu verbessern.

Mehr Transparenz könnte die verschiedenen Akteur*innen in jeder Lieferkette identifizieren und alle Ebenen der Bekleidungsindustrie für die Einhaltung der Menschenrechte verantwortlich machen. Von der Rohstoffverarbeitung über Produktionsstätten, in denen Kleidungsstücke von Arbeiter*innen hergestellt werden, über Markenunternehmen und Einzelhändler*innen, die Produkte verkaufen, bis hin zu Verbraucher*innen werden mehr Daten benötigt.

Veröffentlichung von Zuliefererlisten

Von 108 befragten Markenunternehmen haben nur sechs die höchste Bewertung mit fünf Sternen erreicht. Dafür muss das Markenunternehmen den Namen, die Adresse, die Muttergesellschaft, den Produkttyp und die Anzahl der Beschäftigten für die Mehrheit der Produktionseinheiten vollständig und im Einklang mit dem "Transparency Pledge" zur Verfügung stellen, sowie zusätzliche Informationen und Daten in einem maschinenlesbaren Format bieten. Zu diesen Markenunternehmen zählen adidas, Benetton, Esprit, G-Star Raw, H&M und Nike. Die überwiegende Mehrheit der Markenunternehmen (42) bekam nur einen Stern, da sie weder Namen noch Adressen ihrer Lieferant*innen preisgaben.

"Wir haben noch nie schriftlich gesehen, welche Preise die Marken wirklich zahlen. Der Fabrikdirektor sagt immer, dass wir Verlust machen. Seiner Meinung nach sollten wir noch mehr arbeiten und beschimpft uns als faul und dumm."

EINE ARBEITERIN IN KROATIEN

WARUM DURCHSUCHBARE DATEN WICHTIG SIND:

Derzeit gibt es keine zentral verfügbare öffentliche Datenbank, die nachverfolgt, welche Bekleidungsunternehmen Informationen über ihre Zulieferfabriken öffentlich bekannt geben, die einen Vergleich der Unternehmen hinsichtlich ihrer tatsächlichen Lohnzahlungen ermöglicht, und die offensichtliche Kluft zwischen dem Existenzlohn der jeweiligen Standorte und den tatsächlichen Löhnen in den einzelnen Fabriken verdeutlichen könnte. Die vorhandenen Informationen sind auf vielen Websites verteilt oder nur über eine Paywall zugänglich. Die Informationen sind außerdem in Bezug auf Format, Qualität und Tiefe sehr unterschiedlich, sodass keinerlei Vergleich möglich ist. Darüber hinaus fehlen wichtige geschlechtsspezifische Daten, während der direkte Austausch mit Arbeiter*innen, Gewerkschaften, lokalen Forscher*innen und anderen relevanten Interessengruppen sowie kumulierte Forschungsergebnisse darauf hinweisen, dass Frauen in der Regel weniger bezahlt werden und weniger Möglichkeiten für Gehaltserhöhungen und Beförderungen haben.

Daten zu Löhnen

Die Kenntnis der Durchschnittslöhne von Arbeiter*innen aus unterschiedlichen Gehaltsklassen innerhalb von Fabriken als auch im Vergleich mit ähnlichen Fabriken, würde es Gewerkschaften ermöglichen, zu prüfen, ob die Löhne fair und ausreichend sind, um davon zu leben. An anderen Stellen in der textilen Lieferkette spielen weibliche Heimarbeiter*innen, z.B. beim Nähen oder Besticken unserer Kleidung und Schuhe, eine wichtige Rolle. Oftmals sind sie aber unsichtbar, in ihren Rechten extrem eingeschränkt und dem Arbeitgeber ausgeliefert - noch mehr als Fabrikarbeiterinnen. Markenunternehmen müssen daher auch Heimarbeiter*innen identifizieren und ihnen dieselben Rechte wie anderen Arbeiter*innen einräumen.

Von den 108 befragten Markenunternehmen und Einzelhändler*innen veröffentlichten 100 gar keine Informationen über die bei ihren Zulieferfabriken gezahlten Löhne. Für die verbleibenden acht Unternehmen stellten wir fest, dass die deutschen Unternehmen BP, Vaude und Engelbert Strauss zusammen mit der finnischen Marke Kesko und den globalen Markenunternehmen Puma, adidas, H&M und Zara einige Daten zu Löhnen, die derzeit an Arbeiter*innen bei ihren Lieferant*innen gezahlt werden, öffentlich bekannt gaben.

Gehaltsabrechnungen

Eine Gehaltsabrechnung sollte genau zeigen, was verdient wurde, wie es verdient wurde (Überstunden, Boni usw.) und welche Arbeitszeit dafür notwendig war. Gehaltsabrechnungen sind ein grundlegender Indikator, der es Arbeiter*innen ermöglicht, die eigenen Löhne zu verstehen, und die Aufschluss darüber geben, ob eine Fabrik die richtigen Löhne zahlt oder nicht. In vielen Fällen können Fabriken falsche Gehaltsabrechnungen verwenden oder die tatsächlichen Löhne senken (und durch andere Einnahmen erhöhen), um höhere Sozialversicherungsabgaben zu vermeiden. Dies ist vor allem dann wichtig, wenn Arbeiter*innen diese Leistungen in Anspruch nehmen müssen.

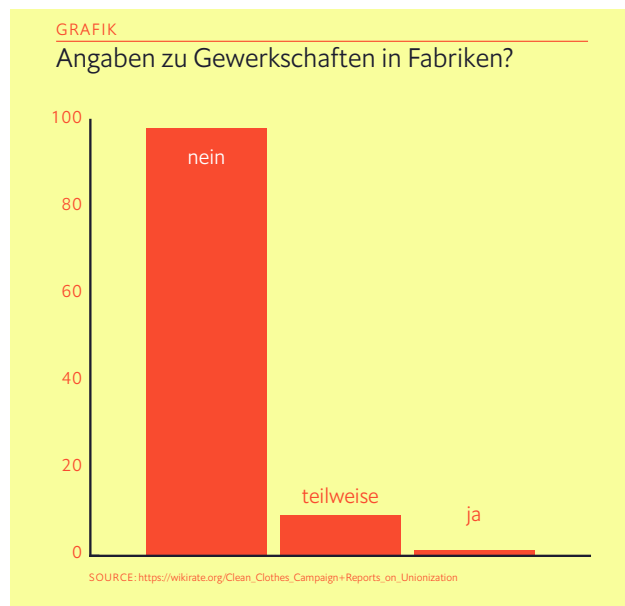
Unsere Ergebnisse zeigen: Meistens ergeben die Gehaltsabrechnung im Verhältnis zu dem Lohn, den die Arbeiter*innen tatsächlich erhalten, überhaupt keinen Sinn. Die meisten befragten Arbeiter*innen müssen jeden Samstag und Mittwoch eine Nachtschicht arbeiten, für die ihnen nur normale Löhne gezahlt werden. Die Gehaltsabrechnung dient nur dem offiziellen Dokumentationszweck, aber nichts, was

dort steht, entspricht dem tatsächlichen Gehalt der Arbeiter*innen. Viele Arbeiter*innen verstehen ihre Gehaltsabrechnungen nicht oder gehen davon aus, dass sie nicht stimmen. In Indien und Indonesien sind die Informationen auf den Gehaltsabrechnungen so unzuverlässig, dass viele Arbeiter*innen nicht einmal wissen, wie ihre Lohnzahlungen mit den Angaben auf der Gehaltsabrechnung zusammenhängen.

Gewerchaftsarbeit

Wenn Unternehmen Informationen über Gewerkschaften und Tarifverträge in Zulieferfabriken verlangen, kann dies ein klares Signal an Fabriken und Produktionsländer senden, dass sie das Recht der Arbeiter*innen auf Ermächtigung unterstützen. Mit mehr öffentlich zugänglichen Informationen können Gewerkschaften und Menschenrechtsverteidiger*innen die Lieferant*innen von Markenunternehmen identifizieren und ihre Arbeiter*innen informieren und organisieren, um sicherzustellen, dass die Löhne und Bedingungen fair sind.

Wir haben die Unternehmen befragt, ob sie Informationen über Gewerkschaften und Tarifverträge in ihren Zulieferbetrieben veröffentlichen. 98 der Unternehmen tun dies überhaupt nicht, neun Unternehmen lieferten Teilm Informationen. Obwohl H&M einige öffentliche Informationen zur Verfügung stellte, differenzieren sie jedoch nicht zwischen dem wichtigen Unterschied von Gewerkschaften und Arbeiter*innenkomitees. Auf die Frage, ob es in ihren Fabriken Tarifverträge gebe, antworteten 122 Arbeiter*innen mit ja. Davon befand sich die Mehrheit in Indonesien (85 Arbeiter*innen). Fast 50 Arbeiter*innen sagten, sie wüssten es nicht, während 88 verneinten. Insgesamt gab somit weit über die Hälfte an, entweder keinen Tarifvertrag zu haben oder nicht zu wissen, ob ein solcher existiert.



CORONA-KRISE: Öffentliche Missachtung von Arbeiter*innen und ihren Löhnen

Die Corona-Krise hat der ganzen Welt gezeigt, wie eklatant ungleich die Machtverhältnisse innerhalb der globalen textilen Lieferketten sind, in denen Arbeiter*innen den Preis für die Krise zahlen zahlen.

Ab März reagierten die weltweit größten Bekleidungsunternehmen mit ihrem gewohnten Reflex, Risiken und Kosten innerhalb ihrer Lieferkette weiterzugeben, indem sie Bestellungen stornierten und Zahlungen verzögerten. Dies hat dazu geführt, dass viele Fabriken finanziell nicht mehr in der Lage waren, Arbeiter*innen ihren Lohn zu zahlen, selbst für bereits geleistete Arbeit. Millionen von Arbeiter*innen sind nun ohne Einkommen und Arbeitsplatzsicherheit, in einer Zeit von extremer Angst vor Gesundheitsrisiken. Allein in Bangladesch haben schätzungsweise zehn Millionen Arbeiter*innen (Stand April 2020) ihren Arbeitsplatz verloren.

Die Corona-Krise hat gezeigt, wie wenig Markenunternehmen das Wohlbefinden ihrer Mitarbeiter*innen entlang der Lieferkette berücksichtigen - trotz jahrelanger Plattitüden und Versprechen: Die Krise hat die Textilarbeiter*innen aufgrund jahr-zehntelanger Armutslöhne besonders hart getroffen. Die Arbeiter*innen leben von Monat zu Monat, ohne Ersparnisse an die Seite legen zu können. Die meisten können es sich nicht leisten, für Notfälle zu sparen - geschweige denn genug zu

sparen, um das Nötigste zu bezahlen, während sie in einer Krise arbeitslos sind. Die Produktionsländer haben sich auf ihre Bürger*innen als Einnahmequelle aus der Bekleidungsbranche verlassen und Arbeiterkampagnen zur Entwicklung von Maßnahmen für soziale Sicherheit und Schutz nicht unterstützt. Auch Markenunternehmen haben sich für Regierungen stark gemacht, um die Löhne niedrig zu halten - und die Regierungen haben es wiederum versäumt, die Einhaltung der kaum vorhandenen Sozialschutzmechanismen durch die Lieferant*innen sicherzustellen. Das muss sich ändern.

Wir hoffen, dass der FashionChecker, die dazugehörigen Strategiepapiere sowie weitere Analysen aus unserer Forschung dazu beitragen werden, die Realität von Armutslöhnen zu ändern. Wir erhoffen uns, echte Fortschritte auf dem Weg zu einem existenzsichernden Lohn für Textilarbeiter*innen zu erzielen, um Millionen von Mädchen, Frauen und Migrant*innen aus Armut und Verfolgung befreien zu können, und das übergeordnete Ziel menschenwürdiger Arbeit und einer nachhaltigen Industrie weiterzuverfolgen.



EMPFEHLUNGEN

Unsere Forderungen an
Unternehmen und Politiker*innen

UNSERE FORDERUNGEN AN UNTERNEHMEN

Unternehmen müssen mehr tun, um die Machtdynamik in der Bekleidungsindustrie zu verändern. Arbeiter*innen sollten im Jahr 2020 nicht für grundlegende Menschenrechte kämpfen müssen. Es ist an der Zeit, Veränderungen zu fordern.

Unsere Lohnforderungen

Existenzsichernde Löhne zahlen

Wir wollen, dass Unternehmen für ihre Bestellungen mehr zahlen. Fabriken werden nur dann existenzsichernde Löhne zahlen können, wenn sie in der Lage sind, Preise auszuhandeln, die die Arbeitskosten decken.

“Benchmarks”: Richtwerte für existenzsichernde Löhne verwenden

Wenn Unternehmen allen Arbeiter*innen in ihrer gesamten Lieferkette existenzsichernde Löhne zahlen wollen, müssen sie wissen, wie viel die geleistete Arbeit kostet. Es gibt viele Tools, die Unternehmen dabei helfen. Unternehmen müssen sich dazu verpflichten, transparente und robuste Richtwerte (Benchmarks) für existenzsichernde Löhne zu verwenden.

Das geschlechtsspezifische Lohngefälle verringern

Unternehmen müssen mehr tun, um die Ungleichheit zwischen den Geschlechtern in der Bekleidungslieferkette zu verringern. Frauen werden üblicherweise in Positionen angestellt, die schlechter bezahlt werden als die ihrer männlichen Kollegen. Dies wirkt sich zu Lasten ihrer Gesundheit und Sicherheit aus. Unternehmen müssen sich verpflichten, den Gender Pay Gap, also das geschlechtsspezifische Lohngefälle in ihrer Lieferkette, zu berechnen und zu verringern.

In der Krise zahlen: Corona - #PayUp!

Als Covid-19 die Welt erschütterte, ließ es die Bekleidungsindustrie in Trümmern zurück. Millionen von Arbeiter*innen bekommen seit Monaten keine oder unvollständige Löhne gezahlt. Für die große Mehrheit der Arbeiter*innen bedeuten unvollständige Lohnzahlungen, dass sie sich keine Lebensmittel mehr leisten können. Die Unternehmen müssen sich öffentlich zu einer Lohngarantie für alle Beschäftigten in ihrer Lieferkette verpflichten. Sie müssen sicherstellen und ermöglichen, dass alle Arbeiter*innen, die zu Beginn der Covid-19-Krise beschäftigt waren, ihre vollen Löhne erhalten oder im Falle von Fabrikschließungen eine Abfindung bekommen.

Unsere Transparenzforderungen

Eine transparente Lieferkette

Wir wollen, dass sich alle Unternehmen zu einer vollständig transparenten Lieferkette verpflichten, indem sie den Transparency Pledge unterzeichnen. Dieser legt fest, welche Mindestinformationen Bekleidungsunternehmen über die Fabriken, in denen sie produzieren, öffentlich machen sollten. Der Standard wurde 2017 von einer Koalition aus neun Gewerkschaften und Arbeitsrechtsorganisationen veröffentlicht und in zwei Berichten in den Jahren 2017 und 2019 weiter ausgearbeitet. Unternehmen, die den Transparency Pledge noch nicht unterzeichnet haben, müssen dies schnellstmöglich nachholen.

Weiterführende Daten sammeln und veröffentlichen: Frauen, Migrant*innen und Gewerkschaften

Informationen über Frauen, Migrant*innen und Gewerkschaften Unternehmen sollten nicht nur relevante Informationen über die Arbeitsbedingungen in ihrer Lieferkette sammeln, sondern müssen diese Daten auch in einem Format veröffentlichen, mit dem Aktivist*innen und Gewerkschaften arbeiten können. Wir wollen wissen, wo Frauen und Wanderarbeiter*innen in der Lieferkette arbeiten und

ob die Menschen, die unsere Kleidung herstellen, in der Lage sind, für sich selbst einzustehen. Die Unternehmen müssen die Daten unter Verwendung maschinenlesbarer Lieferantenlisten offenlegen, einschließlich einer Aufschlüsselung nach Geschlecht und Beschäftigungsstatus, unter Angabe des Anteils der Wanderarbeiter*innen und der Präsenz von Gewerkschaften oder Arbeiter*innenkomitees in jeder Fabrik.

Löhne am Ende der Lieferkette

Wir wollen wissen, wieviel die am schlechtesten bezahlten Arbeiter*innen der Lieferkette in einer Arbeitswoche verdienen. Unternehmen legen dies weder offen noch überprüfen sie es überhaupt. Das muss sich ändern. Die Unternehmen müssen offenlegen, was das jeweils niedrigste Lohnniveau bei allen Lieferanten und in jedem Produktionsland ist, das für eine Arbeitswoche gezahlt wird – ohne Überstunden, Sozialleistungen oder Boni.



Photo: Future in Our Hands

UNSERE FORDERUNGEN AN POLITIKER*INNEN

Es sind nicht nur die Unternehmen, die dafür verantwortlich sind, dass Arbeiter*innen in der Bekleidungsindustrie fair und gleichberechtigt behandelt werden. Regierungen spielen eine entscheidende Rolle bei der Schaffung von Wettbewerbsbedingungen, die eine Einhaltung der Menschenrechte fördert.

Unsere Lohnforderungen

Wir fordern, dass Mindestlöhne in den Produktionsländern in Übereinstimmung mit verlässlichen internationalen Standards für existenzsichernde Löhne festgelegt werden und dass transparente und robuste Richtwerte für Existenzlöhne (Benchmarks) in Vereinbarungen aufgenommen werden.

Wir fordern die EU auf, dafür zu sorgen, dass die Mindestlöhne für Arbeiter*innen in der EU fair sind, ein menschenwürdiges Leben garantieren und in Übereinstimmung mit verlässlichen internationalen Standards für existenzsichernde Löhne festgelegt werden. Alle Arbeiter*innen sollen außerdem, unabhängig von ihrem Beschäftigungsverhältnis, eine angemessene Sozialabsicherung bekommen. Soziale Ausgrenzungen und Ungleichheiten müssen verringert werden.

Unsere Transparenzforderungen

Wir fordern, dass die EU die Offenlegung der Lieferkette zumindest von Unternehmen aus Hochrisikosektoren fordert, in denen Verstöße weit verbreitet sind. Die Zuliefererlisten sollten maschinenlesbare Daten über alle Produktionseinheiten und Verarbeitungsanlagen sowie Name, Adresse, Muttergesellschaft des Standortgeschäfts, Art der hergestellten Produkte und Anzahl der Beschäftigten je Standort enthalten.

Wir fordern die obligatorische Offenlegung von Daten über das niedrigste Lohnniveau bei allen Zulieferern und in allen Produktionsländern, unter Ausschluss von Vergünstigungen und Boni und unter Angabe von Geschlecht, Wanderarbeiter*innen- und Beschäftigungsstatus in der gesamten Lieferkette.

Wir rufen dazu auf, die Gesetzgebung zur menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht auf EU-Ebene voranzutreiben, um die Unternehmen zur Einhaltung der Menschenrechte in ihren Betrieben und Lieferketten zu verpflichten. Dies beinhaltet, dass Unternehmen transparent über die Ausübung ihrer unternehmerischen Sorgfaltspflicht berichten, d.h. über ihre menschenrechtliche Risikoanalyse und die ergriffenen Maßnahmen sowie über die in der Lieferkette gezahlten Löhne.

Wir rufen dazu auf, ein Informationssystem einzurichten, mit dem Unternehmen angemessene und transparente Informationen auf Fabrik- und Produktebene melden und offenlegen können. Der Zugang zu diesem Informationssystem sollte frei, unbegrenzt und nach den etablierten Open Data-Standards erfolgen.

Wir fordern mehr Transparenz auf der Produktebene, um die Bürger*innen bei Kaufentscheidungen zu unterstützen: Alle Kleidungsstücke sollten erweiterte Informationen über den Herstellungsprozess und den Lebenszyklus beinhalten.