

Einkaufspraxis großer Unternehmen und ihre Auswirkungen

Multiplikatorin

Hochschule

Datum

Unser Ziel: menschenwürdige, sichere Arbeitsbedingungen für Frauen und Mädchen in der globalen Textilindustrie

1. Politisches Engagement:

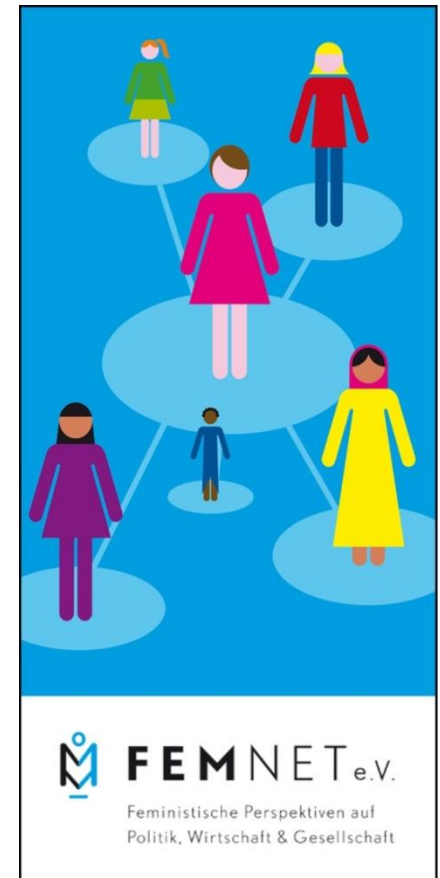
- Mitarbeit in der Kampagne für Saubere Kleidung (CCC)
- Mitarbeit im Bündnis für Nachhaltige Textilien
- Mitarbeit beim CorA-Netzwerk
- Einsatz gegen moderne Sklaverei in Spinnereien in Indien
- Kampagnen #GegenGewalt an Textilarbeiterinnen
- Kampagne #Wer passt auf? Mütter und Kinder in Fabriken
- Engagement in Köln und Bonn (FairQuatschen)

2. Bildungs- und Beratungsprojekte:

- Bildungsarbeit an Hochschulen und Schulen
- faire öffentliche Beschaffung von Berufsbekleidung
- Verbraucher_innentipps zu öko-fairer Mode

3. Solidaritätsfonds:

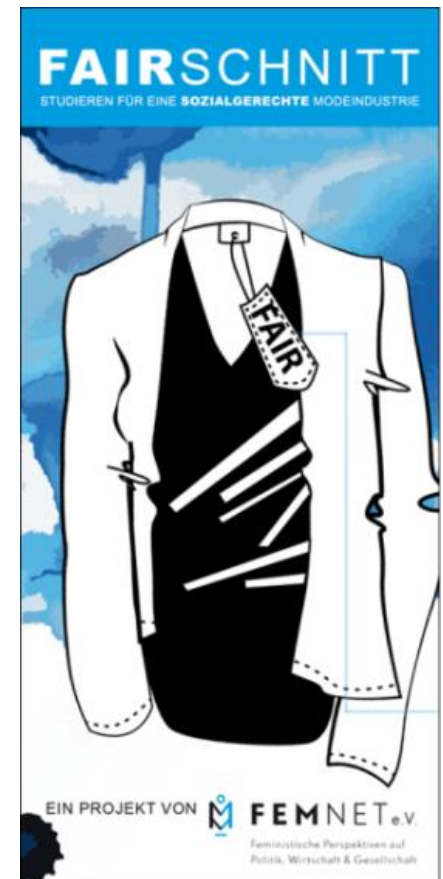
- Unterstützung von Arbeiter_innen in Indien und Bangladesch
- Finanzierung von Rechtsbeistand und Beratung



Projektziel: Aufklärung der Studierenden modebezogener, wirtschaftswissenschaftlicher und Lehramtsstudiengänge über Rechte der Näher_innen, Sozial- und Umweltstandards sowie Verantwortung von Unternehmen

Aktivitäten:

- Vorträge und Seminare and Hochschulen
- Betreuung und Beratung von Studierenden
- Modeblog *modefairarbeiten.de*
- Konferenzen und Informationsveranstaltungen
- Webseite *fairschnitt.org* mit Bildungsmaterialien



Kampagne für Saubere Kleidung

Clean Clothes Campaign (CCC)

Facts

- in Deutschland 25 Trägerorganisationen
 - FEMNET ist Mitglied im Trägerkreis
- europaweites Netzwerk in 15 Ländern
- weltweit über 200 Mitgliedsorganisationen

Aktivitäten

- weltweite Eilaktionen unterstützen Arbeiter_innen vor Ort
- Schwerpunkte in Asien, Osteuropa und Mittelamerika
- Einsatz für Arbeitsnormen der ILO*
- Verbesserung der Arbeitsbedingungen (Lohn, Diskriminierung etc.)



Kurzer Ausblick auf das Programm



Einkaufspraxis welcher Unternehmen?

Zulieferer/Produzent

Hersteller/Brand

Einzelhändler

vertikal integrierte Unternehmen

Die zehn größten Bekleidungseinzelhändler in Deutschland 2017

| | | |
|-----|--|---------------|
| 1. | Otto Group, Hamburg | 3,9 Mrd. Euro |
| 2. | H&M, Hamburg | 3,2 Mrd. Euro |
| 3. | C&A, Düsseldorf | 2,5 Mrd. Euro |
| 4. | Deichmann, Essen | 2,0 Mrd. Euro |
| 5. | Tengelmann (z.B. KiK), Mülheim/Ruhr | 1,4 Mrd. Euro |
| 6. | Schwarz-Gruppe (z.B. Lidl), Neckarsulm | 1,4 Mrd. Euro |
| 7. | HBC (z.B. Kaufhof), Köln | 1,3 Mrd. Euro |
| 8. | Zalando, Berlin | 1,3 Mrd. Euro |
| 9. | Karstadt, Essen | 1,1 Mrd. Euro |
| 10. | P&C, Düsseldorf | 1,1 Mrd. Euro |

Quelle: www.textilwirtschaft.de

Bekleidungsimporte nach Deutschland 2017/2018

| Rang | Land | 2017 Einfuhr in Tsd. € | 2018 Einfuhr in Tsd. € | Veränderung zum Vorjahr in % |
|------|-------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------------|
| 1 | VR China | 8.457.156 | 8.082.172 | -4,43 |
| 2 | Bangladesch | 4.987.875 | 5.464.090 | 9,55 |
| 3 | Türkei | 3.425.059 | 3.274.379 | -4,40 |
| 4 | Italien | 1.571.416 | 1.535.295 | -2,30 |
| 5 | Indien | 1.535.584 | 1.516.343 | -1,25 |
| 6 | Kambodscha | 1.155.497 | 1.280.165 | 10,79 |
| 7 | Vietnam | 1.143.419 | 1.207.096 | 5,57 |
| 8 | Pakistan | 956.435 | 948.313 | -0,85 |
| 9 | Niederlande | 930.593 | 918.761 | -1,27 |
| 10 | Myanmar | 453.875 | 717.223 | 58,02 |

Quelle: German Fashion

Einkaufspraktiken großer Unternehmen

1. Trend: Billiger

- aushandeln von Spezialrabatten und Preisabschlägen bei angeblich nicht gelieferter Qualität
- Preise werden gedrückt (Online Reverse Auctions)
- Androhung einer Auslistung, falls Preise nicht gesenkt werden

Folge: Konkurrenzkampf der Billiglohnländer um den niedrigsten Lohn

Einkaufspraktiken großer Unternehmen

2. Trend: Schneller

- permanenter Wechsel von Kollektionen
 - bis zu 24 im Jahr
- immer kürzere Lieferzeiten
 - Standardlieferung dauert 90 Tage
 - Änderungen beim Preis, Verschiffungszeitpunkt und Designanpassungen noch möglich
 - neuer Trend bei Fast Fashion: 21 Tage Lieferzeit

Einkaufspraktiken großer Unternehmen

3. Trend: Risiko abwälzen

- Lieferanten müssen zunehmend Aufgaben der Textilhändler übernehmen
 - Stoffe, Garne, Knöpfe etc. selbst einkaufen
- Abnahmegarantie teilweise nur für ersten Teil der Ware

Folgen für Zulieferer

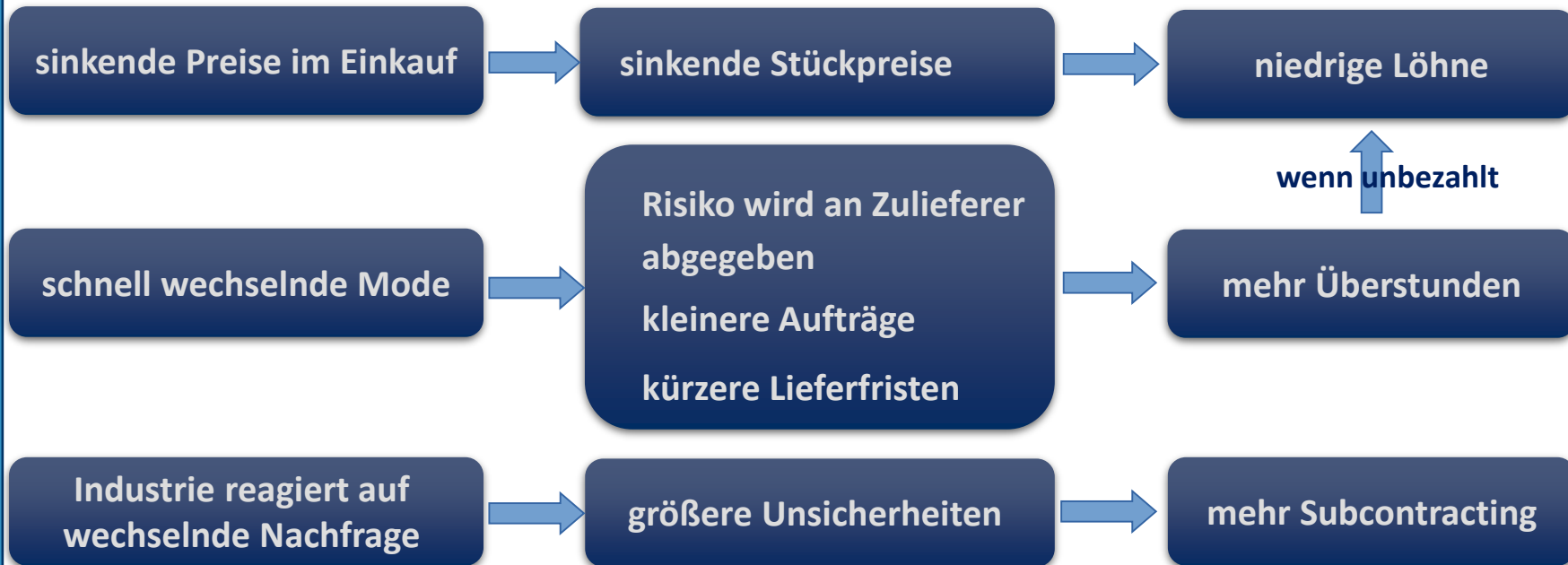
- Aufträge von wenigen Unternehmen, dafür mit großen Volumina
 - lukrativ für Produzenten
 - lasten eine Fabrik über viele Monate hinweg aus
- große Unternehmen mit hohem Auftragsvolumen können Bedingungen (Preis, Lieferzeit etc.) diktieren
- wenn Produktion in der kurzen Lieferzeit nicht möglich
 - Nachtschichten und Überstunden der Arbeiter_innen in der Nähfabrik und/oder
 - Weiterreichen der Aufträge an Sub-Lieferanten

Auswirkungen der Einkaufspraxis von Unternehmen auf die Zulieferer

Einzelhandel/ Konsumverhalten

Einkaufspraktiken

Arbeitsbedingungen



Arbeitsrechtsverletzungen in den Produktionsländern

Beispiele für Arbeitsrechtsverletzungen in Bangladesch

- erzwungene Überstunden/Zwangsarbeit
- Gewerkschaftsunterdrückung
- Frauendiskriminierung
- verspätete Lohnzahlungen
- intransparente Abrechnungen



Die Billiganbieter: Discounter

Das Discount-Konzept

- begrenztes Sortiment
- schnell drehende Produkte
- Eigenmarken (versteckte Markenprodukte)
- schmucklose Präsentation der Ware
- wenig Kundenservice
- wenig Personal – geringe Personalkosten
- Kleidung kann bei Discountern nicht oder schlecht anprobiert werden, zumindest gibt es keine Umkleidekabinen

Die Billiganbieter: Discounter

Bedeutung für den Textilhandel in Deutschland

- im Jahr 2011 kauften rund 52% der Deutschen häufig oder gelegentlich Kleidung beim Textildiscounter
- Marktanteil von Discountern im Textileinzelhandel ist in den letzten Jahren gestiegen
- aggressive Preispolitik von vor allem „textilfremden Anbietern“ wie Lidl, Aldi, Tchibo etc. stellt für H&M, C&A, Primark und Co. Konkurrenz dar

Die Billiganbieter: Discounter

Beispiel Lidl – Zahlen und Fakten

- weltweiter Umsatz in 2018: 81,2 Milliarden EUR
- insgesamt 10.500 Filialen in 30 Ländern
- 3.200 Filialen und 83.000 Mitarbeiter in Deutschland
- Werbeausgaben in Deutschland in 2018: 313 Millionen EUR
- Aktionsartikel umfassen Textilien, Haushaltswaren, Elektroartikel, Spielwaren und Freizeitprodukte und wechseln alle zwei Wochen

Die Billiganbieter: Discounter

Beispiel Lidl – soziale Unternehmensverantwortung

- Code of Conduct und Beitritt zur Business Social Compliance Initiative (BSCI) in 2007
- Offenlegung von Hauptproduktionsstätten für Textilien und Schuhe
- Unterstützer der Detox Kampagne von Greenpeace
- Unterzeichner des Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh
- Mitglied des Bündnis für nachhaltige Textilien (Textilbündnis)

Die Billiganbieter: Discounter

Beispiel Lidl – Klage wegen Vertauchertäuschung

Kläger: Verbraucherzentrale Hamburg mit Unterstützung der CCC und des ECCHR

Angeklagter: Lidl

Vorwurf: Lidl wirbt bei Lieferanten fälschlicher Weise mit der Einhaltung von Sozialstandards

- Anfangs keine Reaktion von Lidl auf eine Abmahnung
- Nach Bekanntmachung der Klage: Lidl zieht Werbung zurück

Die Einkaufspolitik von *H&M* soziale Unternehmensverantwortung

- im Jahr 2013 erstmalig Offenlegung ihrer Produzenten
 - laut *H&M* mittlerweile 100% der 1st tier suppliers offengelegt
 - 2nd tier suppliers: Offenlegung von Firmen, die insgesamt ungefähr 65% der verwendeten Materialien herstellen
- 2014 weltweit über 3.600 Audits, 70% davon unangekündigt
 - Kritik: Kontrollen hauptsächlich durch firmeneigene Kontrolleur_innen, nicht von externen Instanzen

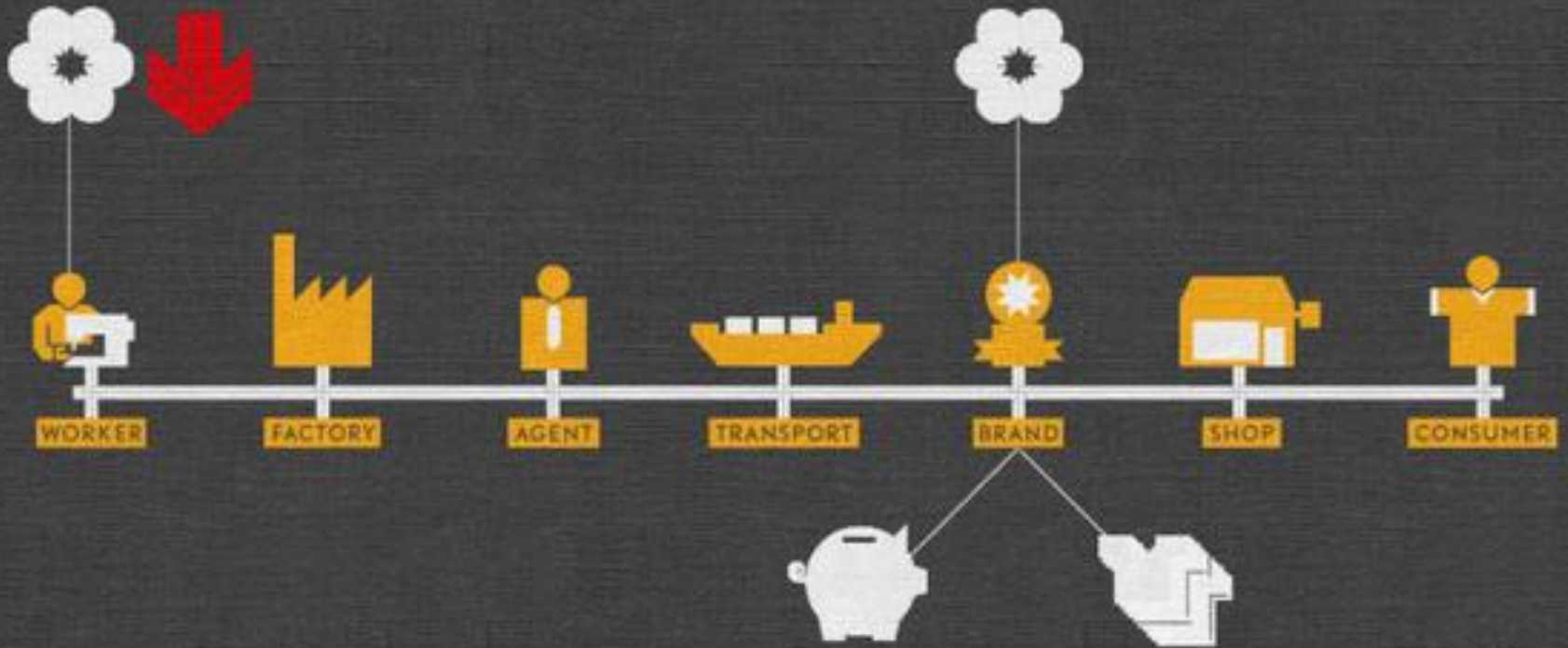
Die Einkaufspolitik von *H&M* glaubwürdige Verbesserungen?

- *H&M* selber hat keine Definition eines existenzsichernden Lohnes, hat aber mittlerweile das Memorandum of Understanding von ACT (Action, Collaboration, Transformation) unterschrieben, das Existenzlöhne definiert
- im aktuellsten Sustainability Report 2018 wird viel über ein Wage Management System gesprochen, das wohl zu höheren Löhnen führt, jedoch keine Existenzlöhne garantiert.
- verbindliche Roadmap, die zusammen mit dem Textilbündnis erstellt wurde, thematisiert Existenzlöhne überhaupt nicht

Handlungsmöglichkeiten

Praxisbeispiel: kurzfristiger Farbwechsel

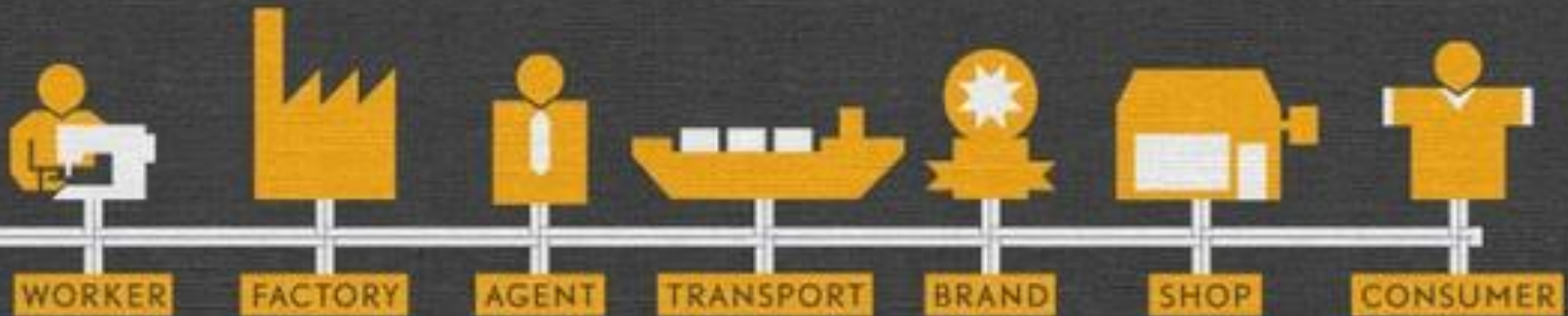
LATE COLOUR CHANGE?



Quelle: www.wellmade.org/cases

LATE COLOUR CHANGE. HOW TO GIVE TIME BACK?

- 1 EARLY NOTICE TO SUPPLIER
- 2 COMPENSATE ADDED COST
- 3 AIR FREIGHT MATERIAL
- 4 CHANGE DELIVERY TIME AT RETAILER
- 5 PULL THE WHOLE ORDER



Quelle: www.wellmade.org/cases

Politik:

- Regierungen
- Parlamente



Zivilgesellschaft:

- Gewerkschaften
- NROs

Unternehmen:

- produzierende Unternehmen
- einkaufende Unternehmen
- Handelsunternehmen
- Wirtschaftsverbände

Konsument_innen:

- Importländer
- Exportländer

Forderungen an Unternehmen

- veränderte Einkaufspraktiken
- soziale Verantwortung wahrnehmen
- verbindlichen Verhaltenskodex umsetzen
- Transparenz, Offenlegung der Lieferanten, jährliche Berichterstattung, Audits
- Unterstützung der Produzent_innen bei der Umsetzung von Sozialstandards
- unabhängige, externe Kontrollen durch Multi-Stakeholder-Initiativen



**Kampagne
für Saubere
Kleidung**

Clean Clothes Campaign Germany 

Forderungen an die Politik

- Sorgfaltspflicht gesetzlich festlegen
 - Mindeststandards, Vorschriften bzgl. Sozial- und Umweltstandards
- Unternehmenshaftung
 - Ahndung von Menschen-/Arbeitsrechtsverletzungen
 - Entschädigung von Opfern
- Herstellung von Transparenz durch Offenlegungs-/Berichtspflichten
- Stärkung von Menschenrechten in EU-Handelsabkommen

Online und als Download verfügbar

Broschüre „Sustainable Sourcing“ unter folgendem Link:

<http://www.fairschnitt.org/images/downloads/Femnet-Sustainable-Sourcing.pdf>

Ihr Feedback...

... hilft uns weiter:

- Was hat Ihnen besonders gefallen?
- Was können wir besser machen?
- Was haben Sie vermisst?
- Weitere Anregungen?



Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

Kontakt: Kerstin Dahmen
E-Mail: fairschnitt@femnet-ev.de
Internet: www.fairschnitt.org
Tel.: 0228 - 18038116

Fragen?

Gefördert von

**ENGAGEMENT
GLOBAL**

Service für Entwicklungsinitiativen



aus Mitteln des Landes NRW

Minister für Bundes- und
Europaangelegenheiten sowie
Internationales des Landes
Nordrhein-Westfalen



und im Auftrag des



Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung

Gefördert durch:

**Brot
für die Welt**

mit Mitteln des
Kirchlichen
Entwicklungsdienstes

Zentrale Quellen

- German Fashion (2018): Die wichtigsten Importländer 2018, <https://www.germanfashion.net/wp-content/uploads/2019/03/GermanFashion-Importlaender-2018.pdf>, Zugriff 18.07.2019
- H&M Group: Sustainability Report 2018, https://about.hm.com/content/dam/hmgroup/groupsite/documents/masterlanguage/CSR/reports/2018_Sustainability_report/HM_Group_SustainabilityReport_2018_%20FullReport.pdf, Zugriff 18.07.2019
- Kampagne für Saubere Kleidung (2012): Im Visier: Discounter, https://femnet.de/images/downloads/CCC/Studie_Im_Visier-2012.pdf, Zugriff 15.07.2019
- Textilwirtschaft: Die grössten Bekleidungseinzelhändler in Deutschland 2017, <https://www.textilwirtschaft.de/news/media/13/Rangliste-2017--123017.pdf>, Zugriff 18.07.2019
- Wellmade – Improving Working Conditions in your Clothing Supply Chain: <http://www.wellmade.org/cases/your-boss-wants-to-change-the-color-of-the-whole-collection/>, Zugriff 04.04.2019