

# Berichte der Unternehmen im Textilbündnis zum Thema Geschlechtsspezifische Gewalt

Eine erste Einschätzung von Dr. Gisela Burckhardt, FEMNET

*Bonn, 11.02.2022*

Bis zum 22.12.2021 haben 43 Mitgliedsunternehmen des Textilbündnisses ihre Berichte zur Wahrnehmung ihrer Sorgfaltspflichten in der Lieferkette veröffentlicht. Sie berichten zum einen über die Umsetzung ihrer selbst gesetzten Ziele für die letzten beiden Jahre und legen zum anderen Ziele für die nächsten zwei Jahre fest. Diese Ziele beruhen auf einer vorgeschriebenen Risikoanalyse: Die Unternehmen sind verpflichtet das Risiko für elf Sektorrisiken, darunter auch geschlechtsspezifische Gewalt (gender based violence =GBV) am Arbeitsplatz, für ihre gesamte Lieferkette zu ermitteln. Dabei können sie darstellen, welche präventiven Maßnahmen sie bereits ergreifen. Entsprechend der Ermittlung verbliebener Risiken müssen sie neue Ziele und Maßnahmen festsetzen, um schwerwiegenden Risiken vorzubeugen. Bei diesem sogenannten „[Reviewprozess](#)“ werden die Unternehmen durch ein qualitatives Auswertungsgespräch unterstützt, das externe Experten zusammen mit dem Bündnissekretariat durchführen. Dieser Reviewprozess ist gewissermaßen die Grundlage für die gesetzlichen Vorgaben des neu verabschiedeten Lieferkettengesetzes. Faktisch können sich Unternehmen hier schon auf freiwilliger Basis auf das vorbereiten, was ab 2023 gesetzlich vorgeschrieben ist.

Die Berichte der Unternehmen sind öffentlich auf der Webseite des Textilbündnisses einsehbar. Die Zivilgesellschaft im Textilbündnis hat intensiv an der Ausarbeitung der Kriterien des Reviewprozesses mitgearbeitet. Sie erhofft sich durch diesen Prozess eine Stärkung der Unternehmensverantwortung, um somit die Arbeitsbedingungen zu verbessern sowie Umweltschäden in der Lieferkette zu verringern. Wir wissen, dass in vielen Ländern, insbesondere in Bangladesch und Indien, Frauenrechte missachtet werden, ihnen sogar häufig Gewalt widerfährt (GBV). Folglich müssen die Unternehmen, die in diesen Ländern produzieren lassen, effektive Maßnahmen gegen GBV ergreifen.

Eine erste grobe Durchsicht der Berichte zeigt: Fast alle Unternehmen schätzen das Risiko für GBV grundsätzlich als hoch ein, wenn sie in Asien produzieren lassen. Die Ziele und Maßnahmen, die sie sich setzen, um das Risiko zu mildern, sind hingegen sehr unterschiedlich: Viele große Unternehmen bleiben enttäuschend allgemein bei Zielen auf der Policy Ebene. Es gibt aber auch ein paar Unternehmen, sowohl große als auch kleine, die sich ambitioniertere Ziele setzen. Hierauf soll im Folgenden näher eingegangen werden.

## Risikoanalyse

Den meisten Unternehmen ist bewusst, dass Sozialaudits in der Regel sensible Themen wie GBV nicht aufdecken können. Aldi Süd sieht zwar auch diese Schwierigkeit, glaubt jedoch dennoch, durch Anpassung der Interviewfragen, GBV identifizieren zu können (Überarbeitung der Aldi Social Assessments). Dies überzeugt nicht. Einige Unternehmen benennen die Schwierigkeiten, GBV zu erkennen: Frauen äußerten sich nicht dazu in Audits oder im direkten Gespräch aus Scham oder Angst vor Stigmatisierung in der Fabrik und in der eigenen Familie. Viele glauben die Schuld für eine sexuelle Belästigung läge bei ihnen selbst. Sie kennen ihre Rechte nicht ausreichend und männliche Vorgesetzte schüchterten sie ein. Beschwerden werden oft aus Angst vor Arbeitsplatzverlust nicht vorgebracht, wodurch die Erfassung von GBV erschwert ist. Immerhin beschreibt z.B. NKD den Vorteil von „Off-site Interviews“ (Befragung von Arbeiterinnen fernab der Fabrik) als eine Auditmethodik, die zu besseren Erkenntnissen kommt. Dieses Vorgehen ist nicht neu und wird regelmäßig bei Audits der Fair Wear Foundation angewendet.

Einige Unternehmen, die vornehmlich in Europa produzieren lassen, gehen davon aus, dass hier keine Frauendiskriminierung herrsche, was natürlich weit gefehlt ist. Auch gehen einige davon aus, dass weibliches Leitungspersonal GBV verhindere, was leider auch nicht grundsätzlich zutrifft.

Sehr häufig schauen Unternehmen nicht in die tiefere Lieferkette, vermutlich auch, weil sie ihnen nicht bekannt ist. Die mangelnde Lieferkettentransparenz dient Unternehmen aber auch als Begründung für ein geringes Ambitionsniveau. Seidensticker schreibt hierzu, dass ihre Milderungsprozesse wie Audits, Zertifikate u.a. nur auf direkt beauftragte Lieferanten (tier 1) fokussieren, während Informationen über Lieferanten in der tieferen Lieferkette nicht vorlägen.

Aber gerade dort wissen wir von zahlreichen Verletzungen, wie etwa die [Publikationen](#) von FEMNET zu Spinnereien in Indien belegen. Auch KiK schreibt: „The lack of supply chain transparency and reliable data availability beyond tier 1 heightens the potential of the risk existing in the lower tiers.“ KiK veröffentlicht aber nicht seine Lieferantenliste, obwohl sie dem Unternehmen bekannt ist, sondern speist sie nur in die Liste des Textilbündnisses ein, die auf dem Open Apparel Registry (OAR) aggregiert veröffentlicht wird. Diese Liste lässt also nur erkennen, dass der Produzent für eines der Mitgliedsunternehmen des Textilbündnisses produziert, nicht für welches. Selbst diesen kleinen Schritt einer [Teilnahme an der aggregierten Liste](#) machen Seidensticker und Otto trotz prominenter Stellung als Steuerungskreismitglieder des Bündnisses nicht. Insgesamt tun dies bisher nur 25 von aktuell 70 Mitgliedsunternehmen.

Es ist bekannt, dass erhöhter Arbeitsdruck aufgrund schlechter Einkaufspraktiken der Unternehmen Auswirkungen auf GBV hat. Aufseher setzen Frauen massiv unter Druck, beschimpfen die Frauen, teilweise werden sie sogar geschlagen, wenn die Kleidung nicht rechtzeitig ausgeliefert werden kann. Grund für eine Verzögerung liegt oft aber beim Einkäufer selbst, weil er die Anforderungen (andere Farbe, Knöpfe an anderer Stelle, etc.) kurzfristig geändert hat. Die eigenen Einkaufspraktiken werden jedoch von kaum einem Unternehmen als Risiko analysiert und eine Veränderung des Einkaufsverhaltens wird entsprechend auch nicht als risikomindernde Maßnahme formuliert.

## Ziele und Maßnahmen

Verschafft man sich einen ersten Überblick über die Ziele und Maßnahmen, die sich die Unternehmen zu dem Risiko GBV setzen, entsteht ein gemischtes Bild. Große Unternehmen und Discounter formulieren eher allgemeine Maßnahmen auf Policy-Ebene. Einige kleine und mittelgroße Unternehmen (KMU) sind schon weiter und setzen sich präzise Ziele und Maßnahmen gegen GBV auf Fabrikebene. Allen ist gemeinsam, dass sie bei der letzten Stufe der Lieferkette ansetzen, nur wenige formulieren auch Maßnahmen für die tiefere Lieferkette. Hier ein paar Beispiele zu Zielen und Maßnahmen von zufällig ausgewählten Unternehmen:

## Aufnahme von GBV in die Policy und Bekanntmachung an Lieferanten

- Adler: Maßnahme: Aufnahme eines Paragraphen zur Null-Toleranz-Haltung gegenüber Diskriminierung in Geschäftsbedingungen.
- Aldi Nord: Ziel: Policy zum Thema Geschlechtergleichstellung, Maßnahme: Guidance Paper für Geschäftspartner.
- NKD: Maßnahme und Ziel: „Bis Ende 2022 wird eine explizite Richtlinie zu geschlechtsspezifischer Gewalt verabschiedet und an alle Geschäftspartner, Lieferanten und Fabriken kommuniziert“. Die Richtlinie wird Bestandteil der CSR Statuten und damit vertraglicher Bestandteil des Lieferantenhandbuchs, dessen Anerkennung Grundlage aller Geschäftsbeziehungen ist.
- KiK: Ziel und Maßnahme: KiK setzt sich als Ziel, dass das eigene interne Beschwerdesystem Diskriminierung einschließt und mit den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte übereinstimmt.

Es stellt sich die Frage, warum die hier genannten Ziele und Maßnahmen nicht schon in früheren Roadmaps formuliert und längst umgesetzt worden sind. Sie drücken eine Absicht auf Policy-Ebene aus, die Voraussetzung für alle später zu ergreifenden Maßnahmen sind. Sie zeigen aber auch, wie wenig diese Unternehmen noch ihren Vorsorgepflichten nachkommen.

## Verknüpfung von GBV mit Beschwerdemechanismen

Einige Unternehmen machen es sich leicht, indem sie keine spezifischen Ziele für das Risiko GBV in ihrer Lieferkette formulieren, sondern meinen, dass es ausreicht, die Beschwerdesysteme zu verbessern. Sicherlich ist eine Verbesserung der Beschwerdesysteme unbedingt vonnöten. Hierzu sind alle Unternehmen jedoch in einem gesonderten Schritt innerhalb des Reviewprozesse ohnehin verpflichtet.

- s.Oliver will GBV durch ein besseres Beschwerdesystem angehen: Ziel: “Strengthening the accessibility and awareness to a strong grievance mechanism until 2023”.

Wie oben dargelegt, ist es gerade bei sensiblen Themen besonders schwierig, Belästigungen zu melden. Nicht einmal dazu formuliert s.Oliver eine Maßnahme.

## Verbesserung von genderspezifischen Daten auch in der tieferen Lieferkette

Etwas anspruchsvoller sind die Ziele von Otto und VAUDE, die genderspezifische Daten erheben wollen. Otto will dabei auch die tiefere Lieferkette berücksichtigen.

- Otto: Ziel: „Ausweitung & Verbesserung der Datenerfassung und -analyse als Basis für die Evaluierung von Handlungsbedarfen auch in der tieferen Lieferkette in 2022 und 2023 mit Fokus auf unsere Top 5 Produktionsländer China, Türkei, Indien, Bangladesch und Pakistan“.
- C&A Maßnahme: Mit Hilfe von externen Berater\*innen werden die lokalen Mitarbeiter\*innen in drei Produktionsländern ein Jahr lang geschult, damit sie in Interviews mit Arbeiter\*innen sensible Themen wie GBV offenlegen können. Ziel: „Improve local teams ability to detect sensitive topics (with focus on sexual harassment/ gender based violence, forced labor) during worker interviews Scope: Bangladesh, Pakistan, India Timeline: Dec 2022“.
- Auch VAUDE will „Lohnerhebungen ergänzen und Löhne von Frauen und Männern erheben“.

Die Erhebung von genderspezifischen Daten, ganz besonders in der tieferen Lieferkette, ist besonders nötig, weil bisher noch viel zu wenige Daten hierzu vorliegen. Nicht nur unterschiedlich hohe Lohnzahlungen zwischen Männern und Frauen bestehen, sondern es gibt zu wenig Daten, ob etwa Sozialversicherungsbeiträge für weibliche Angestellte genauso getätigt werden, wie für männliche, ob Überstunden oder Fehlzeiten gleich hoch sind, ob Fehlzeiten ähnlich hoch sind etc.

## Beispiele für konkrete Maßnahmen zur Linderung oder Behebung von GBV

Maßnahmen gegen GBV am Arbeitsplatz sind spezifisch und messbar und setzen oft bei Fortbildungsmaßnahmen entweder der eigenen Mitarbeiter\*innen oder der des Produzenten an.

- Brands Fashion nennt als Ziel: „Sensibilisierung von Fabrikmanagement und Arbeiter\*innen zum Thema Diskriminierung in allen aktiven Tier 1- Fabriken in Bangladesch bis Mitte 2023. Die Maßnahmen zur Erreichung dieses Ziels lauten: „Gemeinsames Entwickeln eines Fragebogens mit Partnern vor Ort; Durchführung von selbst entwickelten Trainings mit Arbeiter\*innen und Fabrikmanagement; Teilnahme am Piloten des Textilbündnisses; Trainings in zwei Tier 1-Fabriken in Bangladesch.“
- Tchibo führt seit vielen Jahren seine WE (World Enhancement) Schulung bei Produzenten durch. Es formuliert als Ziel zu GBV: „In 80% der WE Fabriken in Bangladesch, Indien und der Türkei sowie in 50% der WE Fabriken in China, Kambodscha und Vietnam werden bis 2023 Verbesserungen in der Prävention von und im Umgang mit Diskriminierung, sexueller Belästigung und geschlechtsspezifischer Gewalt umgesetzt.“

Auch wenn diese Maßnahmen zielgerichtet sind, stellt sich die Frage, warum GBV weiterhin so virulent in vielen Fabriken Asiens existiert. Die Maßnahmen zielen darauf ab, einen Dialog zwischen Management und Arbeiter\*innen zu initiieren, sie alle bauen darauf, dass ein Dialog Verbesserung bringt. Die Vermittlung eines Dialogs zwischen Management und Arbeiter\*innen ist zwar sinnvoll, aber nicht ausreichend. Tchibo erwähnt seine Kooperation mit dem Dachverband der Gewerkschaften IndustriALL. Jedoch ist unklar, welche Verbindung zwischen der WE Schulung und dem Globalen Rahmenabkommen mit IndustriALL Global Union besteht. Externer Druck und eine

wirkliche Mobilisierung der Arbeiter\*innen für ihre Rechte ist unabdingbar. Dies geht nur über die lokalen Gewerkschaften, die sich oft nicht frei und ohne Einschüchterung gründen und betätigen können.

## Verweis auf Siegel

Bei anderen Sektorrisiken wird sehr häufig auf Siegel und Standards hingewiesen. Wenn ein Unternehmen das Siegel des GOTS (Global Organic Textile Standard) hat, den Standard SA8000 oder den BSCI Code of Conduct erfüllt, die Auditierung durch die Fair Wear Foundation geschieht oder die Wolle PETA-Approved Vegan ist, dann wiegen sich Unternehmen in Sicherheit. Dies ist jedoch nicht der Fall. Siegel und Standards entheben ein Unternehmen nicht davon, seine Lieferkette selbst zu überprüfen und seiner Vorsorge für die Lieferkette nachzukommen. Die Verantwortung kann nicht auf die Siegel abgeschoben werden. Denn Siegel und Standards orientieren sich an Sozialaudits. Sie spiegeln jedoch nicht die ganze Realität in der Fabrik wider. In Hinblick auf GBV sagt auch die OECD *Due Diligence Guidance on Responsible Supply Chains in the Garment and Footwear Sector*, an der sich auch die Mitglieder des Textilbündnisses orientieren, dass klassische Audits kein geeignetes Tool für die Feststellung von GBV sind. Diese Schwäche von Audits geben auch die meisten Unternehmen zu und weisen in ihren Berichten gerade bei GBV explizit darauf hin, dass das Problem kaum in Audits festgestellt wird.

## Der Reviewprozess braucht Zielmarken

Wie hier am Beispiel GBV dargelegt, ist das Ambitionsniveau der Unternehmen unterschiedlich hoch und dies unabhängig von ihrer Größe. Zwar lässt sich schon erkennen, dass die großen Unternehmen, insbesondere Discounter, noch sehr am Anfang stehen oder nicht weitergehen wollen. Immerhin gibt es einige große Unternehmen, die mit ihren Maßnahmen weiter sind, und vor allem bei Fortbildungen ansetzen. Auch kleinere Unternehmen haben sich ehrgeizige Ziele gesetzt, wie das Beispiel Brands Fashion zeigt. Bei einzelnen Unternehmen mag es Verbesserungen geben, aber insgesamt ist GBV in den Fabriken unverändert problematisch. So zeigt sich, dass viele Unternehmen beim Thema Gender-based Violence noch sehr am Anfang stehen. Sieben Jahre Textilbündnis haben hier noch nicht zu flächendeckend umgesetzten Maßnahmen geführt, die das Risiko wirksam beheben würden. Die Ziele und Maßnahmen der Roadmaps lassen bezweifeln, dass sich dies bis 2023 bei der Mehrzahl der Unternehmen ändert. Dem Review Prozess fehlen außerdem ausreichend klare Vorgaben dazu, wie die Unternehmen die Wirkung ihrer Maßnahmen nachhalten und darüber berichten müssen.

Den Verbraucher\*innen oder der interessierten Öffentlichkeit erschließen sich die unterschiedlichen Ambitionsniveaus der Unternehmen nicht, weil dem Textilbündnis ein Bewertungsschema fehlt. Man kann nicht auf den ersten Blick Vorreiter und Nachzügler erkennen. Dies aber würde sich für engagierte Unternehmen lohnen und gleichzeitig ein Ansporn für die anderen sein. Deshalb fordert die Zivilgesellschaft im Textilbündnis Leitplanken und Zielmarken, um Ambitionsniveau und Fortschritte bei den Unternehmen zu jedem der elf Sektorrisiken deutlich zu machen.