

# DEN FADEN AUFNEHMEN

Arbeitsbedingungen entlang der Lieferketten verstehen

Caspar Dohmen

2

Gedruckt auf 100 Prozent Recyclingpapier, ausgezeichnet mit dem „Blauen Engel“

**doi:10.24359/dbu.33187\_H02**

**Impressum**

Netzwerk Weitblick – Verband Journalismus & Nachhaltigkeit e. V., Blumenthalstraße 21, 12103 Berlin

Autor: Caspar Dohmen  
Redaktion: Torsten Sewing / Heike Janßen  
Lektorat: Angelika Pohl  
Korrektorat: Sabine Lohaus, DBU Zentrum für Umweltkommunikation  
Covergestaltung: Daniel S. Bergius  
Satz & Layout: Birgit Stefan, DBU Zentrum für Umweltkommunikation  
Druck: KROOG Printservice GmbH

---

Netzwerk Weitblick e. V. (Hrsg.)



**Journalismus & Nachhaltigkeit**

**Band 2**

# **Den Faden aufnehmen**

**Arbeitsbedingungen entlang der Lieferketten verstehen**

**Caspar Dohmen**

© 2018

Für die Richtigkeit der Inhalte ist der Autor verantwortlich, nicht das Netzwerk Weitblick e. V..



# Inhaltsverzeichnis

<b>Der Erde ist es egal, was wir Menschen tun!</b>	<b>8</b>
<b>Vorwort des Autors</b>	<b>12</b>
<b>1 Kernfragen</b>	<b>14</b>
<b>2 Inhaltlicher Einstieg</b>	<b>15</b>
<b>2.1 Materialien</b>	<b>15</b>
<b>2.2 Begriffe</b>	<b>15</b>
2.2.1 Definition Nachhaltigkeit	15
2.2.2 CSR – Corporate Social Responsibility	16
<b>3 Warum sollten sich Journalisten mit Lieferketten befassen?</b>	<b>18</b>
<b>3.1 Umwelt</b>	<b>18</b>
<b>3.2 ... und der Mensch</b>	<b>20</b>
<b>4 Rahmen und Perspektiven</b>	<b>22</b>
<b>4.1 Historisch, politische und volkswirtschaftliche Entwicklung</b>	<b>22</b>
<b>4.2 Betriebswirtschaftliche Sicht</b>	<b>23</b>
<b>5 Wo ist das Problem?</b>	<b>24</b>
<b>5.1 Rollenspiel: Lieferketten</b>	<b>25</b>
<b>5.2 Der Nike-Moment</b>	<b>26</b>
<b>5.3 Eine Branche fliegt auf</b>	<b>27</b>
<b>5.4 Übung: Code of Conduct</b>	<b>28</b>
<b>5.5 Brancheninitiativen</b>	<b>29</b>
<b>5.6 Der Rana-Plaza-Moment</b>	<b>30</b>
<b>5.7 Bangladesch Accord</b>	<b>31</b>

5.8	Das Textilbündnis	31
5.9	Übung: hipp versus geizig	32
5.10	Machtbeziehungen in der automobilen Lieferkette	32
5.11	Experten-Input	33
5.12	Übung: Interview	33
5.13	Rollenspiel: Betriebsräte	34

## **6 Arbeitsstandards für alle 35**

6.1	Konzerne regulieren	36
6.2	UN-Leitprinzipien für Unternehmen und Menschenrechte	36
6.3	Modern Slavery Act	37
6.4	Umfassende Sorgfaltspflichten in Frankreich	37
6.5	100 Prozent nachhaltig, na und?	37

## **7 Welche Macht hat der Verbraucher? 38**

7.1	Der Boykott – Entwicklung, Probleme, Beispiele	38
7.2	Übung: Klare Haltung im Kommentar	39

## **8 Welche neuen Fragen können Journalisten in Bezug auf Lieferketten stellen? 41**

8.1	Unternehmensinterne Kennzahlen	41
8.2	Lieferantenspezifische Kennzahlen	41
8.3	Allgemeine Aspekte	41

## **9 Materialien 42**

## **10 Anlage KiK-Klage 43**

## **11 Fallstricke, Irrtümer 45**

---

<b>12</b>	<b>Kommentierte Linkliste</b>	<b>46</b>
<b>13</b>	<b>Kommentierte Literaturliste</b>	<b>47</b>
<b>14</b>	<b>Abbildungs- und Tabellenverzeichnis</b>	<b>49</b>
<b>15</b>	<b>Die Qualifizierungsinitiative und ihre Förderer</b>	<b>50</b>

# Der Erde ist es egal, was wir Menschen tun!

## Einleitende Gedanken zur Reihe „Journalismus & Nachhaltigkeit“

Warum sollen sich Journalisten und Journalistinnen mit Nachhaltigkeit befassen? Mit einem Begriff also, auf den Redaktionsleiter abwehrend reagieren. Berichte über Nachhaltigkeit scheinen Gift für die Auflage. Reportagen machen den Lesern, Zuhörern und Zuschauern ein schlechtes Gewissen, entsprechende Überschriften führen dazu, dass sie lieber zu leichterem Lektüre greifen oder eine tolle Serie sehen.

Klimawandel, Naturkatastrophen, Umweltverschmutzung, verhungerte Menschen und Tiere, abgeholzte Regenwälder oder verdorrnde Äcker – wer will schon etwas hören zu den Grenzen des Wachstums, vor denen der Club of Rome bereits 1972 warnte. Wer setzt sich schon gern mit der Frage auseinander, wie wir unsere Bedürfnisse so befriedigen können, dass Menschen auf anderen Kontinenten und auch nachfolgende Generationen gut leben können?

Die Frage nach guter journalistischer Aufarbeitung dieser Themen war für das Netzwerk Weitblick<sup>1</sup> die Motivation, ein Bildungsprojekt für Journalisten aufzusetzen – um gemeinsam zu lernen, wie wir Menschen besser mit diesen Inhalten erreichen und kompetent informieren können. Unter Journalisten erhält das Querschnittsthema Nachhaltigkeit zwar zunehmend Aufmerksamkeit, dennoch sind Schwerpunkte der Berichterstattung meist von der Tagesaktualität bestimmt. Mittel- bis langfristige hochrelevante Themen finden gemessen an ihrer Bedeutung zu wenig statt. Diese müssen anders angegangen und aufbereitet werden: Herausforderungen wie Bevölkerungswachstum, Migration, Klimawandel oder Ressourcenknappheit, die die Ursache vieler Konflikte der Gegenwart sind, erfordern es meistens, sich über Ressortgrenzen hinweg damit zu befassen, um Hintergründe, Zusammenhänge und Lösungsansätze aufzuzeigen.

Netzwerk-Mitglied Torsten Schäfer, Professor für Journalismus an der Hochschule Darmstadt, weist darauf hin „welch große und immer noch vernachlässigte Rolle die natürlichen Ressourcen in den aktuellen Konflikten spielen (...) es zeigt sich einmal mehr, dass Nachhaltigkeit kein geschlossenes Thema ist, kein begrenztes Feld. Sie dient vielmehr als Leitbild und Matrix, die im Idealfall alle Systeme erfasst und im Journalismus eine ganzheitliche Recherchehaltung einfordert (...) eine Forderung an

Qualitätsjournalismus, wie er sein sollte, wenn er etwas Zeit und Raum zur Verfügung hat, wenn er sich also längere Strecken, Tiefenrecherchen, Interviewreisen, Denktage und Schreibruhe leisten darf“.<sup>2</sup>

Dafür ist eine stete Auseinandersetzung mit dem Begriff „nachhaltige Entwicklung“ gefragt. „Dass es keine einheitliche Definition einer nachhaltigen Entwicklung gibt, bedeutet nicht, dass niemand weiß, wovon er spricht. Spätestens seit der Rio-Konferenz 1992 wird weltweit über [deren] Umsetzung diskutiert. Häufig wird die Brundtland-Definition zugrunde gelegt: Nachhaltige Entwicklung ist demnach eine Entwicklung, die die Bedürfnisse der heutigen Generationen befriedigt, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können.“<sup>3</sup>

Beim Querschnittsthema Nachhaltigkeit geht es um menschliches Wohlergehen. Uns sollte bewusst sein: Der Erde ist es egal, was wir Menschen tun. Der Klimawandel berührt nicht die Existenz der Erde, er ist eine Bedrohung für die Menschheit.

Die Aufgabe von Journalisten ist es, so zu informieren, dass Bürger als auch Entscheider in Unternehmen, Organisationen, Finanzwirtschaft und Politik eine Grundlage für eine informierte Diskussion und Meinungsbildung haben. Nur dann können diese Personen eine begründete Entscheidung bei Konsumgütern und Lebensstilen, bei der Art und Weise des Wirtschaftens und der Wahl ihrer Vertreter treffen – und nur dann kann man auf mehr aktive Menschen hoffen, die sich für Nachhaltigkeit im Lokalen, Regionalen und Globalen einsetzen. Der Weg zu mehr Nachhaltigkeit ist dabei nicht klar vorgegeben, sondern ein Such-, Lern-, Diskussions- und Veränderungsprozess (*siehe hierzu das Nachhaltigkeitsverständnis des Netzwerk Weitblick in den nachfolgenden Übersichten*). Über den Umgang mit der Umwelt und über soziale Bedingungen nachzudenken, zu recherchieren und zu publizieren, erfordert folglich gründlicheren Journalismus als den, der im oft hektischen Alltagsgeschäft praktiziert wird.

1 mehr zum Verein unter <http://www.netzwerk-weitblick.org>

2 Achenbach, Anja; Humburg, Anja et al. (Hrsg.): Good Practice Reader – Schäfer, Torsten: Von Berichten zu Geschichten (S. 17)

3 ebd., Achenbach, Anja; Humburg, Anja: Was guten Nachhaltigkeitsjournalismus charakterisiert (S. 9)



Das Netzwerk Weitblick will mit seiner Qualifizierungsinitiative für Nachwuchsjournalisten dazu beitragen, dass Journalistinnen und Journalisten ihre Aufgabe besser erfüllen können. Dafür wurden 12 Unterrichtsmodule zu unterschiedlichen Themen entwickelt, in Seminaren erprobt und als Handbücher bzw. Skripte in dieser Publikationsreihe „Journalismus & Nachhaltigkeit“ veröffentlicht.

Die Module sollen zugleich Anstoß für Bildungseinrichtungen sein, in diesen Prozess einzusteigen. Über einen Zeitraum von zwei Jahren haben Journalistenschulen, Hochschulen, Volontärsausbilder und Weiterbildungsinstitutionen mit den Dozenten – Journalistinnen und Journalisten aus dem Netzwerk – sowie der Projektleitung des Qualifizierungsprogramms zusammengearbeitet, um ein besseres Verständnis von Nachhaltigkeit zu vermitteln. Dies geschah jeweils eng an Themen und Fragestellungen orientiert, die die Teilnehmenden in ihren Arbeitsalltag mitnehmen konnten.

Die Publikationsreihe „Journalismus & Nachhaltigkeit“ unterstützt Bildungseinrichtungen auch auf längere Sicht darin, ...

- ... Nachwuchsjournalisten ein „Gespür“ und Verständnis für Nachhaltigkeit zu vermitteln.
- ... Journalistinnen aller Ressorts zu sensibilisieren, in ihrem Tagesgeschäft das Querschnittsthema mitzudenken.
- ... die Urteilskraft von Journalisten zu stärken, damit sie Ereignisse und Entwicklungen besser einordnen können.
- ... alle Beteiligten zu motivieren, sich gehaltvoll, kritisch und anregend mit den Herausforderungen unserer Zeit zu befassen.

Dies zu tun, ist Aufgabe von journalistischen Bildungseinrichtungen. Darum, so meinen wir, sollten diese stets auch Seminare zu Nachhaltigkeitsthemen in ihrem Programm haben.

Gleichzeitig heißt das: Journalisten müssen über ihr Selbstverständnis nachdenken – und vielleicht auch

darüber streiten. Bei Themen wie Rassismus, Homophobie, Antisemitismus oder Korruption haben die meisten Journalisten eine auf ethischen oder moralischen Normen gründende Haltung. Das Netzwerk Weitblick fordert, dass Journalisten auch bei Nachhaltigkeit Haltung zeigen.

Dabei basiert die Haltung auf wissenschaftlichen Fakten etwa zum Klimawandel oder Artensterben, die zwingend gesellschaftliches Handeln erfordern. Eine Orientierung vermitteln die globalen nachhaltigen Entwicklungsziele (Sustainable Development Goals, SDGs) der Vereinten Nationen für das Jahr 2030, von der Weltstaatengemeinschaft einstimmig beschlossen im September 2015.

Diese Agenda 2030 zeigt, dass auf politischer Ebene Einigkeit darüber besteht, wie notwendig eine nachhaltige zivilisatorische Transformation ist. Daran orientieren sich zunehmend auch Unternehmen und Investoren.

Das Netzwerk Weitblick will Journalisten sensibilisieren – nicht damit sie ständig explizit über Nachhaltigkeit berichten oder mit dem Begriff hantieren, sondern damit sie stets Nachhaltigkeitsaspekte mitdenken: in jedem Ressort und bei jedem Thema, sei es Mode, Wirtschaft, Reisen, Sport oder Politik. Und wir wollen daran mitwirken, dass diese Aspekte genauso selbstverständlich thematisiert werden können wie z. B. die Wertvorstellungen von Gerechtigkeit oder Freiheit.

Darüber hinaus soll es auch darum gehen, Perspektiven und Lösungen aufzuzeigen. Forschungen weisen nach, dass Journalismus zur Apathie bei Mediennutzern beitragen kann, sofern er nur Probleme darstellt, nicht aber mögliche Lösungen. Menschen scheinen Informationen besser an- und aufzunehmen, wenn diese sie nicht mit schlechten Nachrichten hilflos zurücklassen, sondern auf Handlungsoptionen und Lösungswege hinweisen. Hier ist ein Aktionsfeld für einen Journalismus, der neuer und auch experimenteller Erzählweisen bedarf.

Mit Informationsveranstaltungen, der Vernetzung von Medienschaffenden und der Qualifizierungsinitiative will das Netzwerk Weitblick seinen Teil dazu beitragen, neue Lösungen für die drängenden Probleme unserer Zeit zu entwickeln.

Susanne Bergius  
Vorstandsvorsitzende  
Netzwerk Weitblick

Heike Janßen  
Vorstand Bildung  
Netzwerk Weitblick

Torsten Sewing  
Projektleiter  
Qualifizierungsprogramm

## Nachhaltigkeitsverständnis des Netzwerks Weitblick

- Nachhaltige Lebens- und Wirtschaftsweisen sind angesichts naturgegebener Begrenzungen auf diesem Planeten unverzichtbar, ihre Relevanz ist unbestritten. Es geht um soziale, globale und Generationengerechtigkeit, um eine Zukunft ohne (weitere) Verteilungskriege. Im Extremfall geht es um das Überleben der Menschheit.
- Nachhaltigkeit ist eine global existierende Wertvorstellung. Die 17 UN-Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals, SDGs), zu denen sich alle 193 UN-Mitgliedsstaaten verpflichtet haben, zeigen, was zu tun ist, um die Menschenrechte zu achten, eine lebenswerte Welt zu schaffen und nächsten Generationen die Chance auf ein gewisses Maß an Selbstbestimmtheit zu erhalten.
- Die Menschen in den globalisierten Wertschöpfungsketten müssen unter sicheren Bedingungen arbeiten und von ihrer Arbeit menschenwürdig leben können. Menschen und Ökonomien müssen ökologisch nachhaltig haushalten: Sie tragen Verantwortung für die Lebensgrundlagen heutiger und nachfolgender Generationen überall auf der Welt.
- Nachhaltigkeit kann und muss national begonnen und gelebt werden, jedoch ist sie nur international realisierbar. Wir stehen vor einer der wichtigsten Transformationen der Menschheitsgeschichte.
- Aber: So wenig wie „die eine“ Wahrheit existiert, so wenig existiert in der konkreten Praxis „die eine“ Nachhaltigkeit.
- Für eine allgemeingültige, detaillierte Definition von Nachhaltigkeit sind die geographischen Gegebenheiten in den Regionen der Welt und die daraus erwachsenden Bedürfnisse der Menschen viel zu unterschiedlich.
- Der Weg zur Nachhaltigkeit bzw. eine nachhaltige Entwicklung ist folglich ein facettenreicher Such-, Lern- und Veränderungsprozess. In jedem Land gibt es andere Herangehensweisen und andere Prioritäten. Die konkreten Maßnahmen sind weltweit unterschiedlich. Es gibt keinen Königsweg, jede Gesellschaft muss ihren eigenen Weg finden und gehen. – Die Richtung aber ist für alle gleich.
- Infolgedessen gibt es auf die Frage, was Nachhaltigkeit ist und wie man sie misst, immer mehrere richtige Antworten. Da die Situationen in den Ländern nicht vergleichbar sind, können wir nicht überall dieselbe Messlatte anlegen. Zudem erfordern die stetig wachsenden wissenschaftlichen Erkenntnisse über die komplexen Zusammenhänge ständig Neujustierungen im praktischen Handeln.
- Nachhaltigkeit ist wie Weisheit, sie ist nie abschließend erreichbar und trotzdem aktiv anzustreben. Für die aktive Teilhabe müssen Menschen informiert werden – durch einen Journalismus, der gründlich recherchiert, spannend erzählt und zum Handeln anregt.

## Nachhaltigkeit und Journalismus

- Nachhaltigkeit ist ein Querschnittsthema. In allen Medien ist darum ressortübergreifendes, interdisziplinäres Denken und Arbeiten nötig, für mehr Qualitätsjournalismus.
- Journalistische Aufgabe ist es, Zusammenhänge und Wechselwirkungen zu erklären, das gilt auch für Nachhaltigkeit und ihre Aspekte: Medienschaffende sollten anhand offengelegter Kriterien nicht-nachhaltiges Handeln ans Tageslicht bringen und einen Diskurs über Lösungen für zukunftsfähige Gesellschaften und Ökonomien anstoßen.  
Orientierung bieten etwa die 2015 von den Vereinten Nationen verabschiedeten 17 globalen Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals, SDGs).
- In allen Ressorts – von Wirtschaft und Politik über Lifestyle und Sport bis hin zu Kultur und Reise – können und sollten Journalisten Nachhaltigkeitsaspekte mitdenken, bei der Recherche berücksichtigen, Argumente abwägen und in die aktuelle Berichterstattung einfließen lassen. Nachhaltigkeit muss nicht stets das Hauptthema sein, aber ihre Facetten sind zu beachten: Es gibt praktisch kein Thema, bei dem sie keine Rolle spielen.
- Nachhaltigkeit ist mit Leben zu füllen – genauso wie die Begriffe Freiheit, Gerechtigkeit und Frieden. Dazu braucht es Information, Diskussion und Meinungsbildung, angeregt durch gut informierte und gut informierende Journalistinnen und Journalisten als Er- und Vermittler von Wirklichkeiten. Ideologiefrei, unabhängig, nicht manipulierend, aber mit Haltung.
- Wer tiefer einsteigt in Themen wie Kreislaufwirtschaft, nachhaltige Investments oder Lieferketten, wird spannende und aufregende Aspekte finden. Sie warten darauf, enthüllt zu werden, und haben einen hohen Nachrichtenwert.  
Viele der konkreten Herausforderungen und sogar Fakten sind in der Öffentlichkeit und selbst in Fachkreisen gar nicht bekannt. Lösungsansätze haben immer auch Widersacher. Darum besitzen Nachhaltigkeitsaspekte oft erheblichen Debattenwert. Mehr können sich Journalisten nicht wünschen.

## Voneinander lernen – miteinander wirken

Das gemeinnützige Netzwerk Weitblick e.V. ist ein Angebot von Journalisten für Journalisten im gesamten deutschsprachigen Raum.

Wir wollen Medienschaffende aller Ressorts zum Querschnittsthema Nachhaltigkeit informieren und bei ihrer Arbeit unterstützen.

### Netzwerk Weitblick

bietet Service und vielfältige Vernetzungsmöglichkeiten.

qualifiziert ressortübergreifend und stärkt das Gespür für neue Fragen.

setzt Signale für die hohe Relevanz der Nachhaltigkeit auch für die journalistische Arbeit.

**Wir freuen uns**  
über neue Mitglieder.  
über Förderer.  
über Kooperationspartner.

#### Kontaktieren Sie uns!

[post@netzwerk-weitblick.org](mailto:post@netzwerk-weitblick.org)  
[www.netzwerk-weitblick.org](http://www.netzwerk-weitblick.org)



„Arbeit ist keine Ware“  
(ILO, 1944, Erklärung von Philadelphia)

## Vorwort des Autors

„Der Mensch an sich wird wie ein Konsumgut betrachtet, das man gebrauchen und dann wegwerfen kann“, sagte Papst Franziskus mit Blick auf die heutige Welt der Arbeit. Weit weg ist die Weltgesellschaft von ihrem Anspruch, den 1944 die Internationale Arbeitsorganisation (ILO) – die einzige UN-Organisation, an der Staaten, Unternehmensvertreter und Gewerkschafter gleichberechtigt beteiligt sind – formulierte: „Arbeit darf keine Ware sein.“ Arbeit gilt in der gegenwärtigen Ausprägung des kapitalistischen Wirtschaftsmodells vor allem als ein Kostenfaktor, der möglichst gering gehalten werden muss, damit Unternehmen ihre Wettbewerbsfähigkeit steigern und einen hohen Gewinn erzielen können. Die globale Arbeitsteilung hat einen unglaublichen monetären Wohlstand geschaffen. 2016 wurde je Erdenbürger inflationsbereinigt ein Bruttoinlandsprodukt von 10 151 US-Dollar erwirtschaftet, mehr als doppelt so viel wie 2001.<sup>1</sup>

Große Hoffnungen auf eine gerechtere Verteilung des globalen Wohlstands verbanden sich mit der Verlagerung von Produktion in Entwicklungsländer, die bereits in den 1960er-Jahren begann und dann nach 1989 an Fahrt aufnahm. Tatsächlich schafften besonders in den Schwellenländern China, Indien und Brasilien hunderte Millionen Menschen den ersehnten Aufstieg in die Mittelschicht. Aber gleichzeitig werden noch immer unzählige Menschen in den Entwicklungsländern ausgebeutet. Die Arbeiter erhalten häufig eine Entlohnung unterhalb dessen, was als existenzsichernd gilt. Oft arbeiten sie zudem unter lebensgefährlichen Bedingungen. Jeden Tag sterben laut der Internationalen Arbeitsorganisation im Schnitt 6 400 Menschen auf der Welt durch einen Arbeitsunfall oder an einer berufsbedingten Krankheit. Damit kommen bei der Arbeit mehr Menschen ums Leben als durch Krieg und Terror. Jährlich sind es laut der Internationalen Arbeitsorganisation 2,3 Millionen Menschen.<sup>2</sup>

Die Fertigung innerhalb der verästelten globalen Produktionsnetze hat noch einen anderen negativen Effekt: Die Wirtschaft wälzt Kosten in einem gigantischen

Ausmaß auf die Umwelt ab – 2008 im Umfang von rund 6 600 Milliarden US-Dollar oder rund 11 Prozent des globalen Bruttosozialprodukts.<sup>3</sup> Ein Großteil davon kommt durch die Verlagerung von wirtschaftlicher Betätigung aus Regionen mit höheren Standards in Regionen mit geringeren Standards für Mensch und Umwelt zustande.

1 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/159806/umfrage/bip-bruttoinlandsprodukt-pro-kopf-weltweit> (abgerufen am 27.09.2017)  
2 [http://www.ilo.org/berlin/presseinformationen/WCMS\\_364077/lang-de/index.htm](http://www.ilo.org/berlin/presseinformationen/WCMS_364077/lang-de/index.htm) (abgerufen am 27.09.2017)

3 UNEP Finance Initiative (2011)

## Danksagung

Ich beschäftige mich als Wirtschaftsjournalist, Buchautor und Dozent mit Themen an der Schnittstelle sozialer Entwicklung, Wirtschaft und Nachhaltigkeit. Mir geht es dabei gleichermaßen um das Aufdecken von Missständen und das Aufzeigen von Alternativen. Anhand der Lieferketten lassen sich wichtige gesellschaftliche Fragen verhandeln, angefangen von der Verteilungsgerechtigkeit bis hin zur Sicherheit und Zukunftsfähigkeit unserer globalen Gesellschaft. Weil ich dieses Thema gerne stärker in der journalistischen Berichterstattung verankern würde, habe ich mich an dem Bildungsprojekt des Netzwerks Weitblick beteiligt, bei dem insgesamt 11 Module entwickelt werden.

Diese Einheit basiert auf zwei Lehrveranstaltungen: Einem eintägigen Seminar, das ich an der Kölner Journalistenschule im Dezember 2016 durchgeführt habe, und einer Lehrveranstaltung, das ich im Sommersemester 2017 an der Zeppelin-Universität in Friedrichshafen für Studenten der Fächer Wirtschaft, Politik und Kulturwissenschaften gehalten habe. Beiden Institutionen danke ich dafür, dass sie es mir ermöglicht haben, meine Inhalte und Ideen zu diesem Modul auszuprobieren.

## Zum Autor

Caspar Dohmen, Wirtschaftsjournalist, Buchautor und Dozent, studierte Medizin, Volkswirtschaft und Politik in Köln. Abschluss als Diplom-Volkswirt. Volontariat bei der „Rheinischen Post“. Redakteur beim „Wiesbadener Kurier“, „Handelsblatt“ und der „Süddeutschen Zeitung“. Stipendiat der Heinz-Kühn-Stiftung und von IJP (Internationale Journalisten-Programme e. V.), Fellow am Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung sowie aktuell Fellow am European Center for Sustainability Research der Zeppelin-Universität.

Caspar Dohmen ist Autor der Bücher „Let’s make Money“ (2008), „Good Bank“ (2011), „Otto Moralverbraucher“ (2014), „Profitgier ohne Grenzen“ (2016) und „Das Prinzip Fair Trade“ (2017). Mehrfach preisgekrönt, zuletzt erhielt er 2016 den Willy-Bleicher-Preis für sein Deutschlandfunk-Feature „Im Gegenwind“. Er lebt und arbeitet als Wirtschaftskorrespondent für die „Süddeutsche Zeitung“ sowie als Feature-Autor, Kommentator und Kritiker für den Deutschlandfunk, den WDR und SWR in Berlin.

Weitere Informationen finden Sie unter:  
<http://www.caspar-dohmen.de>

# 1 Kernfragen

Beim Einsturz der Textilfabrik Rana Plaza am 24. April 2013 starben 1 135 Menschen in Bangladesch. Neben den Leichen fanden Retter auch die Label der Modefirmen und Handelshäuser, die in dem instabilen Gebäude hatten fertigen lassen. Das Unglück – eines der schwersten in der Industriegeschichte – richtete die Aufmerksamkeit der globalen Öffentlichkeit auf die Produktionsbedingungen im Süden. Gefahren lassen sich beim Wirtschaften nicht völlig ausschließen und zeigen sich bisweilen erst mit der Zeit, wie etwa die tödlichen Nebenwirkungen von Asbest. Aber die Gefahren von Textilfabriken sind seit mehr als hundert Jahren bekannt: 1911 verbrannten bei dem Feuer der Textilfabrik Triangle Shirtwaist Company in New York 145 Arbeiterinnen, meist junge Mädchen aus armen europäischen Einwandererfamilien. Die Fabrikbesitzer hatten die Türen verschlossen, um zu verhindern, dass die miserabel entlohnten Beschäftigten Waren mitnehmen. Als die Flammen ausbrachen, steckten die Näherinnen in einer Falle. Regierungen erließen Regeln zum Schutz der Beschäftigten am Arbeitsplatz. Mehr als hundert Jahre später geschehen immer noch solche Brandkatastrophen: Beim Feuer in der Fabrik Ali Enterprises sterben 256 Menschen im September 2012 in Pakistan.

Dieses Seminar behandelt das Thema der Lieferketten schwerpunktmäßig am Beispiel der Textilindustrie. Acht Fragen stehen im Zentrum:

1. Welche Bedeutung haben Lieferketten in der heutigen Produktionswelt?
2. Wo ist das Problem?
3. Welche Akteure tragen Verantwortung für die Zustände in der Lieferkette?
4. Welche Versuche gibt es, die Bedingungen zu verbessern?
5. Welche Wirkung haben die freiwilligen Maßnahmen der Unternehmen?
6. Brauchen wir neue Gesetze?
7. Welche Macht haben Verbraucher?
8. Verbessern bestehende Nachhaltigkeitskonzepte die Lage der Betroffenen?

Durch das gesamte Modul ziehen sich zwei Kernaspekte aus journalistischer Sicht:

- Welche neuen Fragen kann ich stellen?
- Welche Geschichten stecken in den Lieferketten?

Wer neue Fragen stellt, bekommt neue Antworten. Damit lassen sich neue Geschichten aus der Welt der Wirtschaft erzählen und die Geschehnisse besser einordnen.

## 2 Inhaltlicher Einstieg

Bei einem eintägigen Seminar empfiehlt es sich, einen Vorbereitungstag für die Teilnehmer einzuplanen. Im Selbststudium können die Teilnehmer dann bereits in das Thema eintauchen und einige zentrale Begriffe für sich klären. Als Material dafür bieten sich folgende Publikationen, Filme und Radiofeatures an. Bei einem einwöchigen Seminar können solche Materialien integriert werden.

### 2.1 Materialien

- **Ausstellung „Fast Fashion“ im Museum für Kunst und Gewerbe.**  
<http://www.fastfashion-dieausstellung.de>
- **Morgan, Andrew (2015):**  
**The True Cost – Der Preis der Mode**, Dokumentarfilm über die Schattenseiten der Mode.
- **Dohmen, Caspar (2016):**  
**Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte: Eine Sisyphusaufgabe**, Sendung in der Reihe Hintergrund beim Deutschlandfunk.  
[http://www.deutschlandfunk.de/aktionsplan-wirtschaft-und-menschenrechte-eine.724.de.html?dram:article\\_id=349486](http://www.deutschlandfunk.de/aktionsplan-wirtschaft-und-menschenrechte-eine.724.de.html?dram:article_id=349486)
- **Dohmen, Caspar (2017):**  
**Faire Löhne von der Farm bis zur Fabrik**, Reportage über ein Pilotprojekt des fairen Handels in der indischen Textilindustrie.  
[http://www.deutschlandfunkkultur.de/textilproduktion-in-indien-faire-loehne-von-der-farm-bis.979.de.html?dram:article\\_id=383177](http://www.deutschlandfunkkultur.de/textilproduktion-in-indien-faire-loehne-von-der-farm-bis.979.de.html?dram:article_id=383177)
- **Christliche Initiative Romero (Hrsg.) (2017):**  
**Ein Wegweiser durch das Label-Labyrinth.**  
Mit dem regelmäßig aktualisierten Führer kann man sich einen guten Überblick über wichtige Label verschaffen.

#### Studien

- **Clean Cloth Campaign (2014):**  
**Im Stich gelassen. Die Armutslöhne der Arbeiterinnen in Kleiderfabriken in Osteuropa und der Türkei**, Report.

- **Ferenschild, Sabine und Schniewind, Julia (2016):**  
**Folgen des Freihandels. Das Ende des Welttextilabkommens und die Auswirkungen auf die Beschäftigten.** Frankfurt am Main, Otto Brenner Stiftung.
- **Germanwatch und Misereor (Februar 2014):**  
**Globales Wirtschaften und Menschenrechte. Deutschland auf dem Prüfstand.**
- **International Labor Organization (2015):**  
**World Employment Social Outlook. The changing nature of jobs.**
- **Brot für die Welt (Hrsg.) (2016):** **Mein Auto, mein Kleid, mein Hähnchen. Wer zahlt den Preis für unseren grenzenlosen Konsum?**

### 2.2 Begriffe

#### 2.2.1 Definition Nachhaltigkeit

Historisch entwickelte sich der Begriff der Nachhaltigkeit 1713 als ein neues Nutzungsprinzip in der Forstwirtschaft. Geprägt hat den Begriff der Forstwirtschaft Hans Carl von Carlowitz: Ein Wald sollte so bewirtschaftet werden, dass man ihn langfristig nutzen kann, also nicht mehr entnommen wird, als nachwächst. Diese Frage stellte sich zu den Lebzeiten von Carlowitz akut, weil im damaligen Holzzeitalter die Wälder übernutzt waren.

Vor dem Hintergrund globaler Umwelt- und Gerechtigkeitsfragen erhielt der Begriff in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts eine umfassendere Bedeutung. Wegweisend war die Definition einer Kommission bei den Vereinten Nationen um die damalige norwegische Ministerpräsidentin Gro Harlem Brundtland: Demnach ist eine Entwicklung nachhaltig, ...

- „[...] die den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen und ihren Lebensstil zu wählen. [...] Dauerhafte (nachhaltige) Entwicklung ist Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können.“

Zwei Schlüsselbegriffe sind wichtig:

- der Begriff Bedürfnisse, insbesondere die Grundbedürfnisse der Ärmsten der Welt sollen Priorität haben;
- der Gedanke von Beschränkungen, die der Stand der Technologie und der sozialen Organisation auf die Fähigkeit der Umwelt ausübt, gegenwärtige und zukünftige Bedürfnisse zu befriedigen. [...]

Dementsprechend müssen die Ziele wirtschaftlicher und sozialer Entwicklung im Hinblick auf die Dauerhaftigkeit definiert werden, in allen Ländern – Industrie- und Entwicklungsländern, marktorientierten oder zentral gelenkten. [...] Die Menschheit ist einer nachhaltigen Entwicklung fähig – sie kann gewährleisten, dass die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt werden, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zur Befriedigung ihrer eigenen Bedürfnisse zu beeinträchtigen.“<sup>1</sup>

Mittlerweile hat der Begriff aufgrund einer inflationären Anwendung seine Trennschärfe verloren, weswegen manche Wissenschaftler stattdessen den Begriff der Zukunftsfähigkeit anwenden, wenn es um nachhaltiges Wirtschaften im ursprünglichen Sinn geht.<sup>2</sup>

#### Externalisierung als Gegenteil von Nachhaltigkeit

Bei der Externalisierung werden die Kosten nicht von den Verursachern selbst getragen, sondern auf die ungeschützten Gemeingüter abgewälzt. Johannes Hoffmann und Gerhard Hofmann von der Forschungsgruppe Ethisch-Ökologisches Rating schreiben dazu:<sup>3</sup>

„Die Abwälzung besteht in der Unterlassung von Anwendungen, die notwendig wären, um eine Schädigung eines Gemeinguts von vornherein zu vermeiden oder im Nachhinein zu kompensieren (also das Gemeingut wieder auf den vorherigen Stand zu bringen oder es durch ein anderes gleichwertig zu ersetzen). Schädigung eines Gemeinguts liegt vor, wenn dieses durch Produktion oder Konsum über das Maß hinaus abgenutzt wird, das es schadlos absorbieren (durch Regeneration selbst ausgleichen) kann. Sie entsteht bei Bodenschätzen oder Fischbeständen aus der Verminderung [...], beim

Klimasystem oder der menschlichen Gesundheit aus der Schwächung des Systems, bei Ökosystemen auch aus Übernutzung oder Umwidmung [...]. Das bewirkt eine Auszehrung der ökologischen Widerstandsfähigkeit, vernichtet die Vielfalt des Lebens, schädigt die naturgegebene Fruchtbarkeit und zerstört Gemeinschaftsgüter.“

Externalisierung ist damit das Gegenteil von Zukunftsfähigkeit/Nachhaltigkeit.

## 2.2.2 CSR – Corporate Social Responsibility

Unter Corporate Social Responsibility – abgekürzt CSR – versteht man die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen als Bestandteil nachhaltigen Wirtschaftens. Es gibt keine einheitliche Definition, vielmehr wird der Begriff häufig nach eigenem „Gutdünken, Image fördernd und teils irreführend ausgelegt.“ CSR „betrifft das Kerngeschäft der Unternehmen, das durch die Globalisierung ökonomische, soziale und Umweltzustände überall auf der Welt beeinflusst. Eine wörtliche Übersetzung greift zu kurz: denn es ist nicht nur die soziale Verantwortung von Unternehmen gemeint, sondern ihre gesamtgesellschaftliche, also auch die ökologische Verantwortung. [...] Bei CSR geht es darum, wie Gewinne erwirtschaftet werden und nicht, was mit ihnen geschieht“.<sup>4</sup>

Maßgeblich ist die Definition der **Europäischen Kommission**: Sie definiert CSR als Verantwortung von Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft.

- „[...] [...] Nur wenn die geltenden Rechtsvorschriften und die zwischen Sozialpartnern bestehenden Tarifverträge eingehalten werden, kann diese Verantwortung wahrgenommen werden. Damit die Unternehmen ihrer sozialen Verantwortung in vollem Umfang gerecht werden, sollten sie auf ein Verfahren zurückgreifen können, mit dem soziale, ökologische, ethische, Menschenrechts- und Verbraucherbelange in enger Zusammenarbeit mit den Stakeholdern in die Betriebsführung und in ihre Kernstrategie integriert werden.“<sup>5</sup>

1 Brundtland-Kommission, siehe Hauff, Volker (1987) (Hrsg.): Unsere gemeinsame Zukunft. Der Brundtland-Bericht der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung, Greven: Eggenkamp-Verlag.

2 Dahm, Daniel (noch unveröffentlichtes Buchskript): Sustainability ZeroLine – Nachhaltigkeits-Null-Linie

3 Hoffmann, Johannes und Hofmann, Gerhard (Juni 2015): Rahmenbedingungen für nachhaltigen Wettbewerb in Deutschland, der EU und der WTO, in: Nachhaltigkeit im Wettbewerb verankern, in: Wiso Diskurs, Reihe der Friedrich-Ebert-Stiftung, Juni 2015, S. 6, abrufbar unter <http://library.fes.de/pdf-files/wiso/11440.pdf>

4 Siehe Definition des Begriffs CSR im Lexikon der Nachhaltigkeit, [online] [https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/corporate\\_social\\_responsibility\\_unternehmerische\\_1499.htm](https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/corporate_social_responsibility_unternehmerische_1499.htm) [abgerufen am 27.09.2017]

5 EU-Kommission (2011), <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=CELEX%3A52011DC0681> [abgerufen am 27.09.2017]



Enger gefasst ist die Definition der Bundesregierung:

- „CSR bezeichnet die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen über gesetzliche Anforderungen hinaus. CSR steht für eine nachhaltige Unternehmensführung im Kerngeschäft, die in der Geschäftsstrategie des Unternehmens verankert ist. CSR ist freiwillig, aber nicht beliebig.“<sup>6</sup>

Gemäß dieser Definition muss CSR im Kerngeschäft geschehen, karitative Maßnahmen oder Sponsoring gehören nicht dazu. „CSR bezeichnet die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung über gesetzliche Anforderungen hinaus. [...] CSR ist freiwillig.“<sup>7</sup>

### Begriffe schnell finden

Zum schnellen Nachschlagen eignet sich für Teilnehmer das Online-Lexikon der Nachhaltigkeit. Ursprünglich wurde dessen Konzeption gefördert durch die Deutsche Bundesstiftung Umwelt, die Weesbach Stiftung und die Aachener Stiftung Kathy Beys. Heute wird die Website betrieben von der IHK Mittelfranken. Abrufbar unter:

<https://www.nachhaltigkeit.info>

<sup>6</sup> Burkhardt, Gisela (Hrsg.): Mythos Unternehmensverantwortung und Regulierungslücken, Bonn: Verlag Horlemann, 2011, S. 14 f

<sup>7</sup> ebd.

### 3 Warum sollten sich Journalisten mit Lieferketten befassen?

Wer sich auf die Suche nach der Wirklichkeit für Mensch und Umwelt macht, findet entlang der Lieferkette wichtige Erkenntnisse über den Zustand unserer globalen Wirtschaft. Es wird offensichtlich, wo die Gewinne und Lasten in der heutigen, der global vernetzten Arbeitsteilung anfallen. Ein nüchterner Blick auf solche Realitäten ist die Grundvoraussetzung für seriöses journalistisches Arbeiten. Einige wissenschaftliche Fakten und Statistiken zeigen, wie weit der Alltag entlang der Lieferketten von einer ökosozialen, nachhaltigen Wirtschaft entfernt ist.

Punktuell ist eine nachhaltige Wirtschaftsweise schon verwirklicht, insgesamt entfernt sich die Welt jedoch immer weiter von dem Ideal einer Nachhaltigkeit, wie es die Brundtland-Kommission 1987 formuliert hat. Der Brundtland-Bericht sollte international in praktisches Handeln umgesetzt werden. Und so folgte auf die Veröffentlichung 1992 die Rio-Konferenz. Man machte sich Sorgen über die Zukunft des Planeten. Rio war der erste Umweltgipfel, auf dem die Welt gerettet werden sollte.

#### 3.1 Umwelt

Tatsächlich hat sich die Lage aber nicht verbessert, sondern verschlechtert. Der globale Verbrauch an Ressourcen hat bereits Anfang der 1970er-Jahre die Regenerationsfähigkeit der Erde überschritten und nimmt weiter zu. Der Earth Overshoot Day, also der Tag, an dem wir die uns für das laufende Jahr eigentlich zur Verfügung stehenden Ressourcen verbraucht haben, fiel im Jahr 1993 auf den 21. Oktober, 2003 auf den 22. September und 2017 auf den 2. August. Dieser Stichtag kursiert auch unter folgenden Bezeichnungen: Ecological Debt Day, Welterschöpfungstag, Tag der ökologischen Überschuldung oder Erdüberlastungstag.

Im Konzept der Planetary Boundaries werden neun essenzielle ökologische Dimensionen und deren globale Grenzwerte definiert. Wenn eine dieser Grenzen überschritten wird, besteht die Gefahr „irreversibler und plötzlicher Umweltveränderungen, die die Bewohnbarkeit der Erde für die Menschheit einschränken.“<sup>1</sup> Im Januar 2015 gab das Stockholm Resilience Center bekannt, die Menschheit habe den sicheren Bereich nunmehr in vier Dimensionen verlassen:

- Klimawandel
- Artenvielfalt
- Landnutzung
- Globale Phosphor- und Stickstoffkreisläufe

Die daraus resultierende umfassende Schädigung der Lebensgrundlagen zeige sich beispielsweise im Anstieg klimaökologischer Krisenszenarien durch Extremwetterereignisse und dem polaren Kollaps, aber auch im Verlust von Böden und Wäldern und der Schwächung von Nahrungsketten, sagt der Geograf Daniel Dahm und Vizerektor des European Center for Sustainability Research an der Universität Zeppelin. Aber es gibt auch eine gute Nachricht: Die Weltgemeinschaft hat es durch politische Maßnahmen schon geschafft, solche globalen Belastungsprobleme zu lösen. Bestes Beispiel ist das Ozon-Loch. Die Beschäftigung mit diesem Fall ist auch deshalb sinnvoll, weil er zeigt, welche Möglichkeiten Wissenschaft, Politik, Wirtschaft, Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und Verbraucher haben, eine negative Entwicklung zu beeinflussen (*siehe Kasten*).

Bei der ehrlichen Bewertung von Fortschritten spielen Lieferketten eine wichtige Rolle, denn die Belastungen für die Umwelt werden häufig nur geografisch verschoben. So rühmt sich die EU gern, Wachstum und CO<sub>2</sub>-Ausstoß in dem gemeinschaftlichen Wirtschaftsraum entkoppelt zu haben.<sup>2</sup> Aber die Rechnung stimmt nur vordergründig. Tatsächlich verlagerten viele Unternehmen ihre Produktion aus den EU-Ländern in Länder, die das Kyoto-Protokoll mit seinen Vorgaben für die Reduzierung des Klimakillers Kohlendioxid nicht unterzeichnet hatten. Das bleibt bei der gängigen Berechnung unberücksichtigt. Man orientiert sich bei der Berechnung an nationalen Grenzen, obwohl ein Großteil der Produktion anderswo stattfindet. Ein ehrlicher ökologischer Fußabdruck der EU würde auch berücksichtigen, welche Klimaschäden bei der Produktion von Waren entstehen, die importiert werden. Wenn man das einbezieht, sieht man, dass die für einen Klimaschutz einstehenden europäischen Industriestaaten bislang keinen Fortschritt gemacht haben. Bei einer solchen Bilanz schneidet Deutschland sogar besonders schlecht ab. Laut dem Ifo-Institut hat sich der importierte Anteil von Kohlendioxid von 2002 bis 2007 von 2,5 Prozent auf 9 Prozent mehr als verdreifacht.<sup>3</sup>

1 Dahm, Daniel: Corporate Sustainable Restructuring (CSR), in: CSR und Recht, Hrsg. Daniel Walden und André Hepping, Springer Gabler, München, 2015, S. 315

2 [online] [http://www.deutschlandfunk.de/umweltagentur-eu-wird-kuenftig-co2-zertifikate-versteigern.697.de.html?dram:article\\_id=225396](http://www.deutschlandfunk.de/umweltagentur-eu-wird-kuenftig-co2-zertifikate-versteigern.697.de.html?dram:article_id=225396) [abgerufen am 27.09.2017]

3 [online] [http://www.cesifo-group.de/de/ifoHome/presse/Media-Coverage/deutsch/2011/ifo\\_Presse\\_Echo\\_2011\\_Okt\\_\\_Dez\\_/medienecho\\_17050302\\_echo-hdbl-17-11-11.html](http://www.cesifo-group.de/de/ifoHome/presse/Media-Coverage/deutsch/2011/ifo_Presse_Echo_2011_Okt__Dez_/medienecho_17050302_echo-hdbl-17-11-11.html)

„Auto-Spray in 400 Original-Farbtönen“ und „Kein verklebtes Haar mit dem neuen Elidor Haarspray“, hieß es in der Werbung in den 1960er-Jahren. Damals gehörten Spraydosen mit FCKWs als Treibmittel zum Konsumalltag, wegen ihrer Produkteigenschaften: Sie brennen nicht, sind wasserunlöslich und für Menschen und Tiere ungiftig. Die FCKW-Welt war so unerschütterlich wie die damaligen Beton-Frisuren. Dann besuchte Anfang der 1970er-Jahre der Wissenschaftler Sherman Rowland einen Vortrag, bei dem viel von der ungewöhnlichen Stabilität des Stoffs die Rede war. Der Chemiker, der an der University of California forschte, fragte sich, was aus diesen stabilen Verbindungen wohl in der Atmosphäre entstehen könnte? Schon bald bewies er zusammen mit Mario Molina theoretisch: FCKWs zersetzen in einer Kettenreaktion Ozon, zumindest unter den Bedingungen der polaren Stratosphäre. Das war eine Horrornachricht: Denn die Ozonschicht absorbiert die energiereiche und für den Menschen gefährliche UV-Strahlung der Sonne und ist damit eine Art Lebensversicherung. Der „Weltraumanzug“ des Raumschiffs Erde werde löchrig, mahnte die „Tageszeitung“.

Bald fanden Wissenschaftler die empirischen Beweise. Zwischen 1975 und 1985 war die Ozonkonzentration über der Antarktis bereits um 40 Prozent gesunken. Angesichts der Erkenntnisse rechneten Mediziner vor, dass weltweit 250 000 Menschen zusätzlich an Hautkrebs erkranken dürften. Die Industrie schreckte all das nicht: Sie produzierte den Ozonkiller auf Rekordniveau, weltweit knapp 500 000 Tonnen.

Die Politik reagierte auf das Problem, allerdings zunächst nur halbherzig: Zwar verboten 47 Staaten 1989 im Protokoll von Montreal fünf besonders aggressive FCKWs und setzten als Deadline das Jahr 1996 fest, aber das Abkommen war lückenhaft und gewährte der Industrie großzügige Ausnahmen und langfristige Übergangsfristen. Forscher der Max-Planck-Gesellschaft sprachen bissig von „Sterbehilfe“ für die Ozonschicht. Jetzt schlug die Stunde von Otto Moralverbraucher. Er reagierte bereitwillig, als diverse NGOs, Umweltschützer und Verbraucherzentralen zu einem Boykott der Spraydosen mit FCKWs aufriefen.

Allerdings war der Einfluss der Konsumenten auf die Produktion des gefährlichen Stoffs begrenzt. Zwar versprühten sie 1985 allein in Deutschland rund 179 Millionen Dosen Haarspray auf ihren Köpfen, nutzten 89 Millionen Spraydosen im Haushalt und weitere 63 Millionen Spraydosen zur Autopflege. Und dass die Produkte in den Regalen stehen blieben, führte dazu, dass die Firmen schon bald Alternativen entwickelten wie Pumpsprays. Aber private Haushalte verbrauchten nur den kleineren Teil der Treibhausgase, einen wesentlich größeren Teil setzten die Firmen in der Produktion ein, ob als Kühlmittel oder für die Schaumstoffherstellung. Vor allem fehlte Konsumenten an einer ganz entscheidenden Stelle eine Alternative im Produktangebot: Jeder Kühlschrank enthielt nämlich FCKW als Kühlmittel.

Solche Situationen gibt es immer wieder in der Wirtschaft: Wichtige Innovationen unterbleiben, obwohl es dafür einen volkswirtschaftlichen Bedarf und sogar potenzielle Käufer gibt. Neue Investitionen lohnen sich jedoch oft für die etablierten Anbieter nicht, wenn deren Anlagen abgeschrieben sind und entsprechend hohe Gewinne abwerfen.

Für eine Kühlschrank-Alternative sorgten Anfang der 1990er-Jahre keine Unternehmer, sondern Umweltschützer: Greenpeace betätigte sich als Geburtshelfer für das erste Gerät ohne klimaschädliches Kühlmittel, hergestellt von einem Betrieb in Ostdeutschland. Nun griffen die Konsumenten zu, was jedoch allein die Ozonschicht nicht gerettet hätte. Zwischenzeitlich war die Politik aufgewacht und hatte das Montreal-Protokoll entscheidend nachgebessert: Die Politiker kappten lange Übergangsfristen und verlängerten die Verbotsliste um weitere die Ozonschicht zersetzende Verbindungen wie Brom und Chlor. Die Industriestaaten nahmen eine Vorreiterrolle ein und gründeten sogar einen Fonds, der ärmere Staaten bei der Umstellung auf Ersatzstoffe unterstützte. Das Protokoll haben über 190 Staaten unterzeichnet. China – der letzten Großproduzent von FCKWs – schloss 2007 fünf seiner sechs Anlagen.

### 3.2 ... und der Mensch

Immer noch öffnet sich das Ozonloch über der Arktis jeden September, aber die Löcher werden kleiner und die Konzentration des schützenden Ozons hat über Nordeuropa messbar zugenommen. Es besteht eine reelle Chance, dass sich die Ozonschicht bis zum Jahr 2050 wieder erholt.

Weltweit gibt es laut der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) knapp 3,2 Milliarden Arbeitnehmer, jährlich kommen 40 Millionen hinzu. Ein zunehmender Teil davon arbeitet in globalen Lieferketten. Gerade in vielen Schwellen- und Entwicklungsländern sind die Arbeitsplätze bei den Zulieferern multinationaler Konzerne ein wichtiger Wirtschaftszweig, die Jobs dort sehr begehrt. In Bangladesch entfielen beispielsweise auf Bekleidung vier Fünftel der Exporte im Jahr 2013. Aber es gibt unzählige Lieferketten. Die Arbeitsbedingungen sind gewöhnlich weit entfernt von einer sozialen Nachhaltigkeit. Die größten Probleme gibt es mit Kinder- und Zwangsarbeit, Diskriminierung, Gewerkschafts- bzw. Vereinigungsverboten, Arbeitszeiten und Entgelt.

Laut der ILO sterben weltweit jedes Jahr rund 2,3 Millionen Arbeitnehmer durch Arbeitsunfälle oder durch arbeitsbedingte Erkrankungen.

Gleichzeitig leben weltweit 327 Millionen Arbeitnehmer mit ihren Familien unterhalb der Armutsgrenze von weniger als 1,90 US-Dollar am Tag. Dazu zählen unter anderem viele Kleinbauern, und Teile der Arbeitnehmer, die lokal und in globalen Lieferketten tätig sind.

Im Jahr 2016 haben laut ILO weltweit 152 Millionen Kinder im Alter von fünf bis 17 Jahren gearbeitet, also fast eines von zehn Kindern. Sie arbeiteten vor allem in der Landwirtschaft (70,9 Prozent), etwa jedes fünfte für einen Dienstleister und gut jedes zehnte in der Industrie.<sup>4</sup> An der Kinderarbeit scheiden sich jedoch die Geister: Ein Lager lehnt jede Form der Kinderarbeit strikt ab, das andere Lager hält Kinderarbeit für tolerierbar, wenn die Familien auf die Mithilfe der Kinder existenziell angewiesen sind. Durch kindgerechte Arbeit kann das Selbstwertgefühl gestärkt werden. Allerdings sollten die Kinder in die Schule gehen können und nicht ganztags arbeiten.

Der Internationale Gewerkschaftsbund erstellt einen Rechtsindex anhand von 97 international anerkannten Indikatoren, der 2015 insgesamt 141 Länder erfasste.

Am schlimmsten waren die Arbeitsrechtsverletzungen in folgenden zehn Ländern: China, Weißrussland, Kolumbien, Guatemala, Katar, Saudi-Arabien, die Vereinigten Arabischen Emirate, Ägypten, Swasiland und Pakistan. In 73 von 141 Ländern sei es zu Entlassungen, Suspendierungen, Lohnkürzungen und Herabstufungen gekommen, wenn die Beschäftigten über bessere Arbeitsbedingungen verhandeln wollten, und in 84 Ländern hätten die Arbeitgeber gesetzwidrige Taktiken angewandt, um Tarifverhandlungen mit repräsentativen Gewerkschaften zu umgehen oder zu verzögern, heißt es. In 70 Prozent der Länder gibt es Beschäftigte, die kein Streikrecht haben.<sup>5</sup>

Unter moderner Sklaverei versteht man Zwangsarbeit, Zwangsprostitution sowie die Versklavung von Kindern und häusliche Knechtschaft. Laut Untersuchungen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und der Walk Free Stiftung und der Internationalen Organisation für Migration (IOM) waren im Jahr 2016 mehr als 40 Millionen Menschen Opfer von modernen Formen der Sklaverei.<sup>6</sup>

Die meisten Beschäftigten in der asiatischen Textilindustrie können mit ihrem Lohn nicht die Bedürfnisse von sich und ihren Familien decken. Laut der Kampagne für saubere Kleidung, einem Zusammenschluss von Gewerkschaften und NGOs, lag der gesetzliche Mindestlohn als Prozentsatz eines Existenzlohns im Jahr 2014 in China bei 46 Prozent, in Bangladesch und in Kambodscha bei 21 Prozent. Zwei europäische Länder schnitten sogar noch schlechter ab (Ukraine 14 Prozent, Georgien 10 Prozent), und für die Türkei liegt der Wert bei 28 Prozent. Allerdings zahlt ein Teil der Betriebe seinen Beschäftigten freiwillig mehr als den gesetzlich vorgeschriebenen Mindestlohn. Genaue Zahlen darüber gibt es jedoch nicht.<sup>7</sup>

Die Unternehmen aus dem Norden tragen rein rechtlich keine Verantwortung für die Zustände bei ihren Zulieferern in den Entwicklungs- und Schwellenländern, weil diese selbstständig agieren. Ein Konzern verhält sich rechtskonform, wenn er in Regionen produzieren lässt, in denen die Schutzstandards für Mensch und Umwelt gering sind. Im Wettbewerb sehen sich manche Unternehmen sogar unter Druck gesetzt, ihre Produktion in solche Regionen auszulagern. Denn die „rechtlich

4 [online] [http://www.ilo.org/berlin/presseinformationen/WCMS\\_575502/lang--de/index.htm](http://www.ilo.org/berlin/presseinformationen/WCMS_575502/lang--de/index.htm) (abgerufen am 10.10.2017)

5 [online] [http://www.ilo.org/berlin/presseinformationen/WCMS\\_575502/lang--de/index.htm](http://www.ilo.org/berlin/presseinformationen/WCMS_575502/lang--de/index.htm) // <https://www.ituc-csi.org/globaler-rechtsindex-des-igb-die?lang=de> (abgerufen am 10.10.2017)

6 [online] [http://www.ilo.org/berlin/presseinformationen/WCMS\\_575502/lang--de/index.htm](http://www.ilo.org/berlin/presseinformationen/WCMS_575502/lang--de/index.htm) (abgerufen am 10.10.2017)

7 Arbeitsbedingungen in der Lieferkette, Positionspapier von der Nachhaltigkeitsratingagentur Oekom research, erschienen im Oktober 2016, S. 2ff.

legitimierte Externalisierung garantiert Wettbewerbsvorteile und ermöglicht es den Unternehmen, ihre Gewinne zu erhöhen“, schreibt Philipp Fink, Leiter der Abteilung Wirtschafts- und Sozialpolitik der Friedrich-Ebert-Stiftung: Solange unser Wirtschaftswachstum auf einem solchen weitgehend kostenlosen Ressourcenverbrauch basiere, werde sich daran auch nichts ändern.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Nachhaltigkeit im Wettbewerb verankern, erschienen im WisoDiskurs. Expertisen und Dokumentationen zur Wirtschafts- und Sozialpolitik, Hrsg. Friedrich-Ebert-Stiftung, Ausgabe Juni 2015, S.5

## 4 Rahmen und Perspektiven

Bei der Beschreibung und Analyse der Zustände der Lieferketten sollte man als Journalist berücksichtigen, dass es sehr unterschiedliche Perspektiven gibt:

### 4.1 Historisch, politische und volkswirtschaftliche Entwicklung

Die Landkarte von Produktion und Handel hat sich im Laufe der Zeit immer wieder verändert. Am deutlichsten wird dies anhand von Textilien. In der vorindustriellen Zeit war Indien weltweit führend bei der Herstellung von Stoffen, die schon damals bis nach Europa und Afrika exportiert wurden. Nach der industriellen Revolution im 18. Jahrhundert wurde erst England und dann Europa größter Hersteller von Textilien und die Manufakturen in Indien erlebten einen Niedergang.

Seit der Mitte des 20. Jahrhunderts wanderte die Produktion von Textilien zurück nach Asien. In den 1960er-Jahren begannen Unternehmen arbeitsintensiver Branchen aus Industrieländern, ihre Produktion in Schwellen- und Entwicklungsländer zu verlagern, weil dort die Arbeitskosten wesentlich niedriger waren. Auf die Textilindustrie folgten Branchen wie Spielzeug, Haushaltsgeräte oder Unterhaltungselektronik.

In den 1980er-Jahren beschleunigte sich die Verlagerung der Produktion. Wesentliche Treiber waren die Liberalisierung des Handels und die Schaffung von Freihandelszonen in Entwicklungsländern, in denen beispielsweise häufig Gewerkschaften verboten waren.

Das Jahr 1989 markiert eine wirtschaftliche Wegmarke: Nach dem Fall der Mauer breitete sich die kapitalistische Wirtschaftsform fast auf dem ganzen Globus aus und die Erfindung des Internets ermöglichte eine völlig neue Form der Kommunikation und damit eine andere wirtschaftliche Organisation. Nach dem Zusammenbruch des sozialistischen Ostblocks und der Einleitung marktwirtschaftlicher Reformen in China standen dem internationalen Arbeitsmarkt rund 1 Milliarde Menschen mehr zur Verfügung. Arbeitnehmer aus Polen, Russland, Ungarn und vor allem China konkurrierten nun mit denen des wohlhabenderen Westens. China wurde mit seinen hunderten Millionen Beschäftigten zur Werkbank der Welt. Der Druck auf die Beschäftigten in den früh industrialisierten Ländern nahm zu.

Entgegen der Freihandelsdoktrin hatten Industrieländer seit den 1960er-Jahren im GATT-Handelsregime mit

Mengenbeschränkungen die heimische Textilindustrie gegen Billigimporte geschützt, nachdem das Gros bereits in den Süden abgewandert war. Ein Großteil der Produktion fand dort in sogenannten Sonderwirtschaftszonen und der wachsenden Schattenwirtschaft statt, in denen die meist weiblichen Beschäftigten weitgehend sozial ungeschützt arbeiteten. In den Industrieländern verblieben kapitalintensive Teile der Textilproduktion wie Designentwicklung und Marketing.

Im Zuge der neuen internationalen Arbeitsteilung bildeten sich Wertschöpfungsketten heraus, an deren Spitze Handelsunternehmen und Markenhersteller stehen, die über ein weitverzweigtes, globales Beschaffungssystem die Produktion in den Ländern des Südens steuern.<sup>1</sup>

Volkswirtschaftlich markiert das Jahr 2007 eine wichtige symbolische Wende in der internationalen Arbeitsteilung zwischen den reichen Industrieländern und den Entwicklungsländern. Erstmals importierten die Vereinigten Staaten mehr Industriegüter aus Entwicklungsländern als aus anderen Industrieländern.

Für Konzerne und deren Besitzer (Familien, Aktionäre, Staaten) brachen goldene Zeiten an, ablesbar an der Wertentwicklung wichtiger Börsenbarometer: So stieg der Deutsche Aktienindex zwischen 1989 und 2015 knapp um das Sechsfache und der US-Index Dow Jones um mehr als das Siebenfache. Die Gewinne der Großkonzerne sprudelten: Laut der Unternehmensberatung McKinsey hat sich der Profit der größten 30 000 Konzerne seit 1989 verfünffacht, nach Abzug von Steuern und Zinsen für Kredite. Ihre Umsätze haben sich im gleichen Zeitraum von 56 auf 130 Billionen US-Dollar mehr als verdoppelt.<sup>2</sup> Wenn sich der Umsatz verdoppelt und sich der Gewinn in der gleichen Zeit verfünffacht hat, müssen jedoch die Kosten der Konzerne drastisch gesunken sein, ganz nach der einfachen betriebswirtschaftlichen Gleichung: Umsatz minus Kosten gleich Gewinn.

Tatsächlich sind die Kosten dramatisch gesunken, wesentlich durch den technischen Fortschritt. Wer z. B. von London aus nach New York drei Minuten telefonierte, zahlte 1990 30 US-Dollar und 2005 nur noch 30 Cent und dank der Internet-Telefonie sind die Preise bis heute noch weiter gefallen. Auch die Transportkosten sind enorm gesunken, weil die Ingenieure immer

1 [online] [http://www.sauberekleidung.de/2011\\_alte-ccc-d-website/ccc-40-kampagnen/ccc-44\\_welttextilabkommen.html](http://www.sauberekleidung.de/2011_alte-ccc-d-website/ccc-40-kampagnen/ccc-44_welttextilabkommen.html) (abgerufen am 10.10.2017)

2 Playing to win: The global Competition for Corporate profits, Studie des McKinsey Global Institute (September 2015)

größere Schiffe bauten und das System der Container erfanden, die heute auf Schiffen, Bahn oder Lkw gleichermaßen transportiert werden können. Für den Transport von Waren per Schiff zahlen Unternehmen heute 65 Prozent weniger als vor 70 Jahren, für Luftfracht sogar 88 Prozent weniger. Vom Verkaufspreis eines Fernsehers aus Asien entfallen gerade einmal 1,4 Prozent auf den Transport.<sup>3</sup>

Es gebe einen tiefen „Trieb zur Beseitigung von Konkurrenz und zur Erwerbung von Monopolstellungen überall und zu allen Zeiten“, warnte der Ökonom Walter Eucken in seinem in den 1950er-Jahren erschienenen Klassiker „Grundsätze der Wirtschaftspolitik“.<sup>4</sup> Am Anfang des 21. Jahrhunderts vollzieht sich die Machtkonzentration bei wenigen Konzernen in einem erschreckenden Ausmaß. Denn das Internet begünstigt im globalisierten Markt enorm die Bildung von Monopolen, was die Marktdominanz von Facebook, Google oder Amazon zeigt. Eine Machtballung gibt es aber auch in den klassischen Wirtschaftsbereichen Handel, Finanzen und Industrie. Zum Beispiel wickeln die drei Bergbaufirmen Vale, Rio Tinto und BHB Biliton 57 Prozent des weltweiten Eisenerzhandels ab und Chiquita mit Dole Foods die Hälfte des weltweiten Bananenhandels.

Heute kontrollieren international tätige Konzerne zwei Drittel des Welthandels und stellen gemessen an der Wirtschaftsleistung mittlerweile viele Staaten in den Schatten. Von den weltweit 100 größten wirtschaftlichen Einheiten sind 63 Staaten und bereits 37 Konzerne, vor allem weil durch Fusionen immer größere Konzerne entstehen.

## 4.2 Betriebswirtschaftliche Sicht

Bei der Organisation von Betrieben verfolgten die Eigentümer unterschiedliche Strategien, beeinflusst von der globalen Entwicklung der Rahmenbedingungen, aber auch von wechselnden Ansichten darüber, wie ein Unternehmen in einer kapitalistischen Wirtschaft seinen Gewinn am ehesten maximieren kann. In der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts dominierte ein Wirtschaften, bei dem ein Unternehmen von der Rohstoffbearbeitung bis zum fertigen Produkt möglichst alles in einer Hand abwickelte. So entstanden große Fabrikkomplexe, typischerweise in der Automobil- oder Chemieindustrie.

Ihren Erfolg maßen die Entscheidungsträger daran, welcher Gewinn bei den gesamten Aktivitäten unterm Strich entstand.

Radikal änderte sich dies mit dem Konzept der Wertschöpfungsketten, wie es beispielsweise die Unternehmensberatung Boston Consulting propagierte. Sie betrachteten einen Produktionsprozess als eine Wertschöpfungskette, die aus vielen Gliedern besteht. Bei der Messung des wirtschaftlichen Erfolgs schaute man sich nun genau jedes einzelne Glied an. Ein Unternehmen sollte sich auf die Glieder beschränken, bei denen es die höchste Wertschöpfung erzielen kann. Alle anderen Aufgaben sollten entweder lokal (Reinigung, Kantine, Fahrdienste oder Sicherheit) oder global (IT, Buchhaltung etc.) ausgelagert werden.

Manche Unternehmen trennten sich fast ganz oder sogar ganz von der Produktion, beispielsweise Sportartikelhersteller oder Modekonzerne. Einen guten Überblick über die heutigen Unternehmenstypen liefert der Autor Ralf Scheuss in dem „Handbuch der Strategien“<sup>5</sup>:

- Schichtenspezialisten (...) „konzentrieren sich auf eine oder mehrere Stufen der Wertschöpfungskette“. Beispiele seien Modelabel mit hohem Bekanntheitsgrad).
- „Pioniere“ schaffen ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung und versuchen, dafür branchenübergreifend einen neuen Markt zu schaffen. Beispiel sei das elektronische Reservierungssystem Sabre. Erst habe es sich im Fluggeschäft etabliert, danach nutzten es auch andere Unternehmen der Reisebranche.
- „Orchestratoren (...) steuern ganze Unternehmensnetzwerke, ohne selbst die Kompetenz in allen Bereichen zu haben.“ Beispiele seien Sportartikelfirmen wie Adidas, Puma, Nike oder Textilunternehmen wie KiK oder H&M. Sie hätten die Fertigung an Dritte ausgelagert und sich selbst zu virtuellen Unternehmen entwickelt.
- „Integratoren“ verfolgten über mehrere Stufen eine Strategie der vertikalen Integration und integrierten Wertschöpfungsglieder mit hohen Margen wie Finanzierungsdienstleistungen. Beispiel sei die russische Gazprom, die versucht, vom Erdgasfeld bis zum Endverbraucher den ganzen Prozess zu kontrollieren.“

3 bpb: Transport und Kommunikationskosten, Artikel vom 03.03.2010, [online] <http://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/globalisierung/52499/transport-und-kommunikation> (abgerufen am 13.05.2016).

4 Eucken, Walter (1950): Grundsätze der Wirtschaftspolitik, J. C. B. Mohr, 6. Auflage, Tübingen 1990

5 Scheuss, Ralf (2016): Handbuch der Strategien, Frankfurt, Verlag Campus, S. 242f

## 5 Wo ist das Problem?

Handels- und Markenunternehmen wie Adidas, H&M oder KiK können beim globalen Warenbezug unter den günstigen Lieferländern und Zulieferern auswählen und diese gegeneinander ausspielen, um die Kosten zu senken. Die Leidtragenden sind die Beschäftigten in den Fabriken, Minen oder auf den Schrottplätzen. Die soziale Abwärtsspirale für die Beschäftigten ist Gegenstand zahlloser Studien und Publikationen, die in den vergangenen Jahren veröffentlicht worden sind.

Konzerne verstoßen sogar regelmäßig gegen Arbeits- und Menschenrechte, was diverse Skandale zeigen, bei denen unter anderem die Menschenrechte auf körperliche Unversehrtheit, Vereinigungsfreiheit oder auf gleichen Lohn für gleiche Arbeit missachtet werden.

Einen Hinweis auf das Ausmaß liefert eine Studie der Universität Maastricht. Forscher haben 1800 öffentlich zugängliche Beschwerden über Menschenrechtsverletzungen von Unternehmen aus einem Zweijahreszeitraum analysiert. Spitzenreiter mit 511 Beschwerden waren Firmen aus den USA. Dann folgten Großbritannien (198), Kanada (119) und China (94). Firmen aus Deutschland belegten mit 87 Beschwerden Platz fünf in diesem Negativranking.

Überproportional im Verhältnis zur Größe ihrer Volkswirtschaft betroffen sind Großbritannien und Kanada, weil dort besonders viele Konzerne ihren Sitz haben, die im Bergbau tätig sind. Die Branche war Spitzenreiter bei den von den Forschern erfassten Fällen von Menschenrechtsverletzungen. In jeweils 45 Prozent der Fälle wurde den Konzernen angekreidet, die Rechte von Arbeitnehmern oder von Angehörigen indigener Bevölkerungen verletzt zu haben. In den restlichen Fällen sahen die Beschwerdeführer die Menschenrechte von Verbrauchern verletzt, beispielsweise durch exorbitant hohe Preise für Medikamente. Jede fünfte von den Forschern berücksichtigte Beschwerde betraf den Handel, ein Resultat der verästelten Beschaffungsketten in der globalen Wirtschaft, an deren Anfängen häufig die Menschenrechte verletzt werden.

Ganz offensichtlich entziehen sich Unternehmen Regelwerken der westlichen Nationalstaaten, spielen ihren Mobilitätsvorteil aus und verlagern ihre Produktionsstandorte in Länder mit niedrigeren Standards oder einer mangelhaften Umsetzung von Standards. Das Kapital entzog sich immer mehr den nationalen Regulierungszusammenhängen. Mit den Folgen davon sind die Gesellschaften bis heute konfrontiert. Alle Versuche,

auf Ebene der Vereinten Nationen verbindliche Regeln für Konzerne einzuführen, sind seit den 1960er-Jahren gescheitert. Schließlich haben die Vereinten Nationen aber 2011 Leitprinzipien für Unternehmen und Menschenrechte zugestimmt und damit erstmals einen globalen Rahmen für die Umsetzung der staatlichen Schutzpflicht und der unternehmerischen Verantwortung in Bezug auf Wirtschaft und Menschenrechte geschaffen. Laut den UN-Leitprinzipien sollen Firmen künftig auch menschenrechtliche Auswirkungen ihrer Tätigkeiten identifizieren, Schäden vorbeugen und eingetretene Schäden beheben. Von einem historischen Kompromiss sprach die Internationale Handelskammer, eine der wichtigsten Lobbyorganisationen der Wirtschaft. Zivilgesellschaftliche Organisationen wie Brot für die Welt, ECCHR oder Germanwatch reagierten skeptisch, weil der Ansatz – anders als von ihnen gefordert – viele Lücken aufweist und völkerrechtlich unverbindlich ist.

Abb. 1 Anteil der Unternehmen in Branchen mit Verstößen im Bereich Arbeitsrechte (in Prozent) <sup>1</sup>

Textiles & Apparel	25,0
Metals & Mining	17,1
Automobile	11,1
Retail	10,7
Electronic Devices & Appliances	7,6
Construction Materials	5,9
Media	5,9
Utilities	4,8
Construction	3,7
Leisure	3,7

<sup>1</sup> Oekom Research (Oktober 2016) (Hrsg.) Oekom Position Paper – Arbeitsbedingungen in der Lieferkette



Abb. 2 Unternehmen mit der größten Anzahl von Beschwerdeberichten über Arbeits- und Menschenrechtsverstöße<sup>2</sup>

Unternehmen	Branche	Berichte (Anzahl)	Antwortrate der Unternehmen auf Beschwerden (in Prozent)
Shell (Niederlande/Vereinigtes Königreich)	Rohstoffe	34	91
Chevron (USA)	Rohstoffe	21	71
Anglo Gold Ashanti (Südafrika)	Rohstoffe	16	100
Barrick Gold (Canada)	Rohstoffe	15	100
Walmart (USA)	Retail	15	80
Goldcorp (Canada)	Rohstoffe	13	77
BHP Biliton (Australien)	Rohstoffe	12	83
Microsoft (USA)	IT	12	75
Newmont (USA)	Rohstoffe	12	100
Total (Frankreich)	Rohstoffe	12	83

## 5.1 Rollenspiel: Lieferketten

In dieser Übung geht es um die Machtverhältnisse und Spielräume unterschiedlicher Akteure in einer Lieferkette. Die Grundlage liefert eine vorbildliche und fesselnde Berichterstattung des Guardian: Dessen Reporter haben die Verbindung hergestellt zwischen Sklavenarbeitern auf thailändischen Trawlern, deren Fang auch zu Fischmehl verarbeitet wurde, das an Shrimps verfüttert wurde, die verarbeitet wiederum in den Regalen von Supermärkten und Discountern landeten. Der Guardian hat über die Recherchen in der Zeitung und online berichtet, eine Dokumentation und einen Zeichentrickfilm erstellt. Film und Bericht dienen als Grundlage für die Übung:

### Film

- <https://www.youtube.com/watch?v=C5i-G5eAXw0&feature=youtu.be>

### Bericht

- <https://www.theguardian.com/global-development/2017/mar/30/thailand-failing-to-stamp-out-murder-slavery-fishing-industry-starvation-forced-labour-trafficking>

### Setting Rollenspiel für fünf Teilnehmer

Eine der realen Lieferketten reichte von dem Fangschiff über den Fischmehlproduzenten und die thailändische Firma CP Foods (einer der größten Produzenten von Shrimps) zu dem deutschen Hersteller Apetito, dessen Spaghettinester bei Aldi Nord verkauft wurden.

**Annahme:** Gesprächsanfrage eines Guardian-Journalisten bei CP Foods zu den Produktionsbedingungen der Shrimps-Produktion. Bei der Anfrage ist noch keine Rede von der Herkunft des Fischmehls und dem Vorwurf moderner Sklaverei. Angenommen und durchgespielt wird eine Konferenz von Firmenvertretern der Fischflotte, des Fischmehlproduzenten, des Shrimps-Produzenten CP Foods, des Weiterverarbeiters Apetito und von Aldi.

<sup>2</sup> Quelle: Kamminga, Menno T.: Company Responses to Human Rights Reports: An Empirical Analysis, Universität Maastricht, Faculty of Law, in: Business and Human Rights Journal, vol. 1, issue 1, S. 95

**Frage:** Können sich diese fünf Vertreter auf eine Strategie einigen, die CP Foods dem Journalisten gegenüber einnehmen soll, und wenn ja, auf welche?

### Ziel der Übung

Machtverhältnisse entlang der Lieferkette erleben und aufzeigen.

## 5.2 Der Nike-Moment

In den 1990er-Jahren lenkten Aktivisten erstmals die Aufmerksamkeit der globalen Öffentlichkeit auf die schlechten Arbeitsbedingungen in den weltumspannenden Lieferketten multinationaler Unternehmen. Für weltweite Aufmerksamkeit sorgte die Kampagne gegen Nike, zunächst ging es um miserable Arbeitsbedingungen in Sweatshops in Indonesien und später um Kinderarbeitsvorwürfe gegen den US-Konzern. Gut aufgearbeitet hat den Fall der Soziologe Christian Ulbricht. Der Nike-Moment sei zu einem Synonym für schlechte Arbeitsbedingungen bei Konzernen und deren Zulieferbetrieben geworden, schreibt er.<sup>3</sup>

Nike war ein Vorreiter bei der Verlagerung seiner Produktion an Niedriglohnstandorte, die auf der Suche nach günstigeren Produktionsregimes oft gewechselt wurden. 1982 produzierte Nike mehr als vier Fünftel seiner Sportschuhe in Korea und Taiwan bei rechtlich unabhängigen Zulieferbetrieben. Die Fabrikanten stellten die Arbeiter und Arbeiterinnen ein und legten deren Bezahlung und Arbeitsbedingungen fest. Regelmäßig befanden sich diese Betriebe in Sonderwirtschaftszonen, in denen häufig elementare Rechte für die Beschäftigten außer Kraft gesetzt waren, beispielsweise die Organisationsfreiheit.

Kritiker nahmen Anstoß an dem heftigen Kontrast zwischen dem Markenimage und der Überlastung der Arbeiter bei minimaler Bezahlung. Eine wichtige Rolle spielten bei der Aufdeckung der Zustände Gewerkschaften und Aktivisten aus den USA. Sie stellten beispielsweise fest, dass Zulieferer ihren Beschäftigten sogar oft weniger als den gesetzlichen Mindestlohn zahlten, der ohnehin kaum zum Überleben reichte. Nach Schätzungen der NGO Global Exchange betrug der Monatslohn für die Arbeiter bei Nike-Zulieferern in Indonesien 20 US-Dollar, also weniger als 1 US-Dollar am Tag. Als notwendig erachtet wurden 30 bis 35 US-Dollar,

um den Lebensunterhalten bestreiten zu können. Die Menschenrechtsorganisation Human Rights Watch legte Beschwerde bei der US-Regierung ein, wegen der Gewährung von Zollerleichterungen. Auf die Kampagne der NGOs reagierten Konsumenten. Zu ihrem Protest gehörte das Versenden von Postkarten, Onlinepetitionen oder der Boykott bestimmter Produkte. Schwarze Jugendliche kippten Berge von Turnschuhen vor die Konzernzentrale und vor die Börse an der Wall Street. Solche Bilder kratzten an dem mit Werbemilliarden aufgebauten Image – dem wertvollsten Kapital vieler Unternehmen heute. Die große Resonanz auf die Kampagnen führt die Autorin Naomi Klein darauf zurück, dass die Verbraucher merkten, dass sie Waren kauften, bei deren Produktion Menschen ausgebeutet wurden. Eine Erkenntnis, die Anfang der 1990er-Jahre für viele Verbraucher noch neu war. Eine grundsätzliche Kritik an der ökonomischen Handlungsrealität, formulierten die Aktivisten damals jedoch nicht.

Die Reaktionen von Nike kann man in vier Phasen teilen:

- **Phase 1 (1990–1992)**  
Das Unternehmen leugnet seine Verantwortung. Nike wies erste Ausbeutungsvorwürfe zurück und argumentierte: „Wir bezahlen niemanden in den Fabriken, und in den Fabriken legen wir nicht die Regeln fest, es liegt an ihnen.“ Nike bestritt also, eine Verantwortung zu haben, und stellte sich selbst als Opfer dar: Man selbst habe keine Ahnung über die Fertigung gehabt, weil man die Produkte nur entwerfe und vermarkte, aber nicht herstelle. Nike lehnte eine Kommunikation mit Kritikern ab.
- **Phase 2 (1992–1996)**  
Nike formuliert einen Verhaltenscodex (Code of Conduct) und ein Memorandum of Understanding. Für die Kontrolle bei den Zulieferern engagierte die unabhängige Spezialisten. Nike versicherte, dass die Kontrollen keine Regelverstöße ergeben hätten.
- **Phase 3 (1996–1997)**  
Nike beauftragte den ehemaligen US-Botschafter und angesehenen Bürgerrechtler Andrew Young damit, die Einhaltung seines Code of Conduct zu überprüfen. Für einen Skandal sorgte die Dokumentation des US-Senders CBS über die Fußballproduktion im pakistanischen Sialkot, in der auch viele Kinder als Akkordarbeiter beschäftigt wurden. Die ILO schätzte, dass 15 000 Kinder mitarbeiteten.

<sup>3</sup> Ulbricht, Christian (2012): Entzauberung eines Mythos? Kritik und Rechtfertigung am Beispiel von Nike, in: Peripherie Nr. 128, 32. Jg., Münster: Verlag Westfälisches Dampfboot, S. 445–470

Abb. 3 Warum lagern Unternehmen Tätigkeiten aus? (in Prozent) <sup>4</sup>

Instrument zur Kostensenkung	59
Ermöglicht Fokussierung auf Kerngeschäft	57
Lösung von Kapazitätsfragen	47
Verbesserung der Servicequalität	31
Notwendig für Geschäftsbedürfnisse	28
Zugang zu Know-how	28
Umfeld für Management-Aktivitäten	17
Beförderung von Veränderung	17

#### ■ Phase 4 (1998 bis heute)

Nike überarbeitete den Code of Conduct und gründete eine CSR-Abteilung. Nun wurden weitere externe Beratungsfirmen engagiert und NGOs, Interessengruppen und Ausbildungsinstitutionen eingebunden. Das Mindestalter für Arbeiter bei Zulieferern wurde auf 18 Jahre festgesetzt, für weniger schwere Arbeiten auf 16 Jahre. Alle Zulieferbetriebe müssen dem „US Occupational Safety and Health Administration“-Gesetz folgen. Heute gehört die CSR-Politik von Nike „zu den professionellsten der Branche“, bescheinigen ihr selbst Kritiker. <sup>5</sup>

Abb. 4 Entwicklung des Welthandels mit Bekleidung: Anteil an den Weltexporten (in Prozent) <sup>6</sup>

	1980	2013
China	4,00	38,60
EU *	42,00	25,60
Bangladesch	0,00	5,10
Hongkong	12,30	k. A.
Vietnam	k. A.	3,70
Indien	1,70	3,70
Türkei	0,00	3,30
Indonesien	0,20	1,70
USA	3,10	1,30
Kambodscha	k. A.	1,10

\*Anzahl der EU-Mitgliedstaaten: 1980: 15; 2013: 28

### 5.3 Eine Branche fliegt auf

Seit Anfang der 1990er-Jahre begannen erste große Markenhersteller damit, selbst grundlegende Arbeitsstandards in der Lieferkette sicherzustellen, unabhängig vom geltenden nationalen Recht. Sie vereinbarten mit ihren Zulieferern die Einhaltung eines sogenannten Code of Conduct, womit sich die Zulieferer verpflichteten, bestimmte Normen einzuhalten.

Eine zentrale Rolle spielen hier die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und weitere Aspekte zu Gesundheit, Lohn und Sicherheit am Arbeitsplatz. Denn Unternehmen, die ihre Waren an den Endverbraucher verkaufen, erkannten, dass Aktivisten über Kampagnen dem Markenimage schaden und damit den Wert eines Unternehmens mindern können.

Inzwischen verfügen alle großen Unternehmen über CSR-Abteilungen. Hier werden Verhaltenscodices oder sonstige Vorgaben für ein verantwortungsvolles Verhalten der Firmen entworfen. Regelmäßig geht es um Leitlinien für Mensch und Umwelt, an die sich die Unternehmen ihren eigenen Aussagen zufolge gebunden fühlen.

<sup>4</sup> Quelle: Deloitte Outsourcing Survey 2016

<sup>5</sup> Kaleck, Wolfgang und Saage-Maaß, Miriam: Unternehmen vor Gericht. Globale Kämpfe für Menschenrechte, Berlin: Verlag Wagenbach, 2016, S. 31

<sup>6</sup> Quelle: WTO

Allerdings betonen die Unternehmen stets, dass es sich um freiwillige Maßnahmen handelt, die keinerlei rechtliche Verbindlichkeiten entfalten. „Laut ihren Erklärungen sehen Unternehmen die nationalen Gesetze als bindend an, Verhaltenscodices und andere CSR-Maßnahmen verstehen sie dagegen als freiwilligen Zusatz. Weder Staat noch Gerichte sollen deren Einhaltung einfordern oder kontrollieren können“, schreiben die beiden Juristen Wolfgang Kaleck und Miriam Saage-Maaß in „Unternehmen vor Gericht“.

Halten die Unternehmen ihre Versprechungen aus Hochglanzbroschüren in puncto Verantwortung in der Lieferkette ein? Mit dieser Frage haben sich diverse zivilgesellschaftliche Organisationen befasst. Pionierarbeit hat hier das international agierende Netzwerk Kampagne für Saubere Kleidung geleistet, ein Zusammenschluss von NGOs und Gewerkschaften. In ihren Studien belegten sie beispielsweise, dass die Arbeitsbedingungen in asiatischen und osteuropäischen Zulieferbetrieben den Leitlinien großer Auftraggeber widersprechen, ob bei Tommy Hilfiger, Hugo Boss, H&M oder Lidl, Aldi und KiK.

Viele Firmen reagierten auf diese Kritik an der mangelhaften Wirkung von Verhaltenscodices mit der Beauftragung von Dritten, sogenannten Auditfirmen. Sie sollen die Einhaltung der Code of Conducts in den Fabriken überprüfen, bei sogenannten Sozialaudits. Diese Dienstleistung gibt es nunmehr seit gut 20 Jahren. Zu den Anbietern zählen unter anderem die TÜVs aus Deutschland oder internationale Zertifizierer wie SGS, Bureau Veritas oder EuroCert. Auditieren ist ein Milliardengeschäft geworden. Die Textilhersteller sind bei diesem Ansatz der Vorreiter.

Kritiker des Ansatzes bemängeln, dass die Prüfer bisweilen gar nicht oder nur kurz vor Ort seien und die Kontrollen häufig angemeldet würden. Komplexe soziale Situationen ließen sich auch nicht innerhalb weniger Tage erfassen, länger blieben die Kontrolleure jedoch nicht.

Von Beginn an stritten sich Organisationen der Zivilgesellschaft und die Unternehmen deswegen über die Wirksamkeit dieses Ansatzes. Laut Oxfam führten Audits zu einer Verbesserung der Lage der Arbeitenden, was extreme Formen der Ausbeutung wie Kinderarbeit oder Sklavenarbeit anbelangt. Keine Fortschritte sieht Oxfam jedoch bei den zentralen Themen existenzsichernder Löhne, Arbeitszeiten, Diskriminierung sowie Gewerkschaftsfreiheit. Eine Studie der Ethical Trade Initiative kam 2016 zu dem gleichen Schluss. Regelmäßig belegen Studien von NGOs und Medienberichte, dass die

Arbeitsbedingungen in den globalen Lieferketten weiter oft menschenunwürdig sind.

Sozialaudits dienen den Bekleidungsherstellern aus Europa und den USA lediglich dazu, der Öffentlichkeit zu demonstrieren, dass sie etwas tun und dass alles unter Kontrolle sei, schreibt Gisela Burkhardt von der Kampagne für Saubere Kleidung.<sup>7</sup> Ein Problem ist auch, dass die Sozialaudits nicht veröffentlicht werden. Nur der Zulieferer und der Einkäufer kennen das Ergebnis. Sowohl die Betroffenen als auch die Gewerkschaften und erst recht nicht die Kunden erfahren die Ergebnisse.

Aber selbst zivilgesellschaftlichen Organisationen fällt es schwer, echte Alternativen zu dem bestehenden Prüfungssystem aufzuzeigen. Stattdessen beteiligen sich NGOs und Gewerkschaften an sogenannten Multistakeholder-Initiativen. Ziel ist eine Verbesserung der Situation durch unabhängige Audits, Trainings der Arbeiter und eine Verbesserung der Präsenz von Gewerkschaften oder Arbeitervertretungen im Betrieb.

## 5.4 Übung: Code of Conduct

In dieser Übung sollen sich die Teilnehmenden mit der Frage auseinandersetzen, welchen Wert Verhaltenscodices haben. Zur Anschauung dient die KiK-Klage, in ihrer Form einzigartig in Deutschland. Bei dem Brand der Textilfabrik Ali Enterprises in der pakistanischen Industriestadt Karatschi starben 256 Menschen im September 2012. Opfer und Angehörige organisierten sich. Vier Betroffene haben unterstützt von der NGO ECCHR und Medico International KiK verklagt, vor dem Dortmunder Landgericht.

### Ablauf

Die Teilnehmenden recherchieren den Fall und dann gibt es eine fiktive Gerichtsverhandlung: Drei Gruppen werden gebildet: Richter, Opferkläger und Unternehmensverteidiger. Gibt es Argumente dafür, dass KiK haften könnte? Könnte man eine Parallele zur Scheinselbstständigkeit von Beschäftigten ziehen? (*siehe Anlage*)

<sup>7</sup> Burkhardt, Gisela (2014): Todscheck. Edle Labels, billige Mode – unmenschlich produziert, München: Verlag Heyne, S. 108

## Material

Auszüge aus der Argumentation der Opferanwälte und Unternehmensanwälte (*siehe Anlage*)

- Hintergrundsendung im DLF

[http://www.deutschlandfunk.de/klage-gegen-kik-brandopfer-fordern-entschaedigung.724.de.html?dram:article\\_id=374307](http://www.deutschlandfunk.de/klage-gegen-kik-brandopfer-fordern-entschaedigung.724.de.html?dram:article_id=374307)

- Reportage in der SZ

<http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/textilindustrie-prozess-vier-gegen-kik-1.3038589?reduced=true>

Weitere Fragen, die mit den Teilnehmern erörtert werden können:

- Können Aktionäre das Unternehmen KiK abstrafen?  
→ Nein, es gehört zur Tengelmann-Gruppe, die in Familienbesitz ist.
- Könnte es auch zum Kalkül der Kläger gehören, dass die Klage verloren geht?  
→ Ja, denn dies könnten sie dazu nutzen, in der Öffentlichkeit zu argumentieren, dass ein Bedarf an gesetzlicher Regulierung besteht.
- Wird es weitere solcher Klagen geben?  
→ Wohl kaum, denn nur selten gelingt es einem Klägern einem Unternehmen nachzuweisen, dass es mit einem Zulieferer als Hauptkunden zusammengearbeitet hat. KiK selbst hatte ja davon gesprochen, 75 Prozent der Kapazitäten bei Ali Enterprises genutzt zu haben.

## 5.5 Brancheninitiativen

In den vergangenen Jahren haben sich Unternehmen in zahlreichen Initiativen zusammengeschlossen, um das Thema der Lieferketten gemeinsam anzugehen.

- **Ethical Trading Initiative (ETI):** Die beteiligten Unternehmen verpflichten sich, den ETI Base Code (<https://www.ethicaltrade.org/eti-base-code>) in ihren Lieferketten anzuwenden. Außerdem sollen sie die Prinzipien des ethischen Lieferkettenmanagements in ihre eigenen Geschäftsabläufe integrieren. Die beteiligten Unternehmen verpflichten sich zu einem Best-Practise-Austausch. Bei dem Ansatz sind Unternehmen, Gewerkschaften und NGOs gleichberechtigt, weswegen man von einer Multistakeholderinitiative spricht. Der Fokus liegt auf dem Einzelhandel, beteiligt sind 67 Unternehmen.
- **Fair Labor Association (FLA):** Es handelt sich ebenfalls um einen Multistakeholderansatz, bei dem Unternehmen, Gewerkschaften und NGOs beteiligt sind. Gegründet wurde er auf Initiative des damaligen US-Präsidenten Bill Clinton. Mitgliedsunternehmen kommen vor allem aus der Textilwirtschaft, aber auch aus dem Agrarsektor. Durch Audits soll die Einhaltung des Kodex überprüft werden. Alle Ergebnisse werden auf der Website der FLA veröffentlicht, was für eine hohe Transparenz sorgt. Beteiligt sind 43 Unternehmen.
- **Die Business Social Compliance Initiative (BSCI):** An dieser Industrieinitiative sind vor allem Unternehmen beteiligt. Die Mitglieder verpflichten sich auf einen Kodex, Schulungen und Audits. Die Initiative basiert auf einer Einbindung von Anspruchsgruppen. Wer Mitglied werden will, muss der Foreign Trade Association angehören. Beteiligt sind an dem Standard 1859 Unternehmen. Der Ansatz geriet massiv in die Kritik, weil die Fabrik Rana Plaza in Bangladesch von BSCI auditiert war.
- **Business Environmental Performance Initiative (BEPI):** Analog zur BSCI wurde innerhalb der Foreign Trade Association die BEPI gegründet. Ziel ist es, einen Mindeststandard zu etablieren, damit sich in Risikoländern die Umweltstandards in den Produktionsstätten verbessern.

- **Electronic Industry Citizenship Coalition (EICC):** Zusammenschluss von IT-Herstellern und deren Lieferanten zur Verbesserung der Arbeitsverhältnisse elektronischer Produkte. Der Verhaltenskodex schreibt unter anderem Gewerkschaftsfreiheit vor, angemessene Sicherheitsstandards am Arbeitsplatz und die Vermeidung von Kinderarbeit. Allerdings gelten nicht die ILO-Kernarbeitsnormen, sondern das jeweils nationale Recht. Sind in einem Land wie China Gewerkschaften verboten, wird dies akzeptiert, was berechtigterweise von der Zivilgesellschaft kritisiert wird.
- **Public-Private Alliance for Responsible Minerals Trade (PPA):** In dieser Initiative haben sich Regierungen, NGOs und Unternehmen zusammengeschlossen. Die Mitglieder setzen sich für eine höhere Transparenz bei Zahlungen von Rohstoffunternehmen an Regierungen ein.

Darüber hinaus gibt es einige auf Ressourcen bezogene Initiativen, beispielsweise:

- Better Cotton Initiative
- Aluminium Stewardship Initiative
- Fairtrade für Gold und Silber
- Forest Stewardship Council
- Forum Nachhaltiger Kakao
- Marine Stewardship Council
- Roundtable on Sustainable Palm Oil
- Extractive Industries Transparency Initiative (EITI), eine Initiative für Transparenz im rohstoffgewinnenden Sektor

Weitere Initiativen finden sich unter:

[http://www.bmub.bund.de/fileadmin/Daten\\_BMU/Pool/Broschueren/leitfaden\\_nachhaltige\\_lieferkette\\_bf.pdf](http://www.bmub.bund.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Broschueren/leitfaden_nachhaltige_lieferkette_bf.pdf)

## 5.6 Der Rana-Plaza-Moment

Diverse Auditoren waren in der Textilfabrik Rana Plaza gewesen und hatten Unbedenklichkeitszertifikate ausgestellt. Dann fiel die Fabrik zusammen und begrub 1 135 Menschen unter sich. Durch das Unglück rückten auch zwei weitere Katastrophen wieder in den Fokus, die Brände in der bengalischen Fabrik Tazreen mit 120 Toten und der pakistanischen Fabrik Ali Enterprises mit 256 Toten. Letztere hatte wenige Wochen vor dem Brand ein Zertifikat SA 8000 erhalten. Es besagte, dass die Fabrik internationale Sicherheitsstandards erfüllte. Aber es gibt Zweifel daran, dass die Firma die Standards für das Zertifikat wirklich erfüllte. Nach Ansicht von Experten wären wesentlich weniger Menschen bei dem Unglück verbrannt, wenn der Brandschutz den Vorgaben entsprochen hätte. Häufig werden die Zertifikate von Subunternehmen vergeben, bisweilen sogar ohne dass ein Prüfer die Fabrik gesehen hat. Korruption ist ein großes Problem. Es brauchte leider die Katastrophe von Rana Plaza, um etwas bei den Zulieferern zu verbessern.

Abb. 5 Was sind nach Meinung der Befragten die größten Geschäftsrisiken für Unternehmen? (in Prozent) <sup>8</sup>

Betriebs-/Lieferunterbrechungen	45,7
Naturkatastrophen	43,9
Feuer, Explosionen	30,6
Gesetzesänderungen	17,1
Verschärfter Wettbewerb	16,6
Qualitätsprobleme	13,4
Schwankende Zinsen, Wechselkurse	12,6
Schrumpfender/stagnierender Markt	12,3
Zerfall der Euro-Zone	12,1
Reputationsverlust	10,4

## 5.7 Bangladesch Accord

Die Mode- und Handelshäuser, die in Bangladesch Kleidung nähen ließen – und das sind fast alle Modefirmen der Welt –, reagierten mit der Gründung von zwei Vereinigungen, die die Arbeits- und Gebäudesicherheit in Fabriken überprüfen und verbessern sollten. Europäische Firmen wie H&M, Adidas, Benetton und Aldi gründeten unter Beteiligung von Gewerkschaften und Zivilgesellschaft den Bangladesh Accord on Fire and Building Safety. Deren Inspektoren fanden mehr als 80 000 Sicherheitsmängel in 1 106 inspizierten Fabriken. Dazu zählen Baumängel oder fehlende Feuerschutzeinrichtungen, einige Fabriken wurden geschlossen. US-Unternehmen wie Walmart oder Gap gründeten die Vereinigung The Alliance for Bangladesh Worker Safety.

Ob die Kontrollen die Sicherheit für die vier Millionen Beschäftigten in der Textilindustrie des Landes verbessern, hängt von der Umsetzung der Empfehlungen ab. Die entscheidende Frage ist, ob die Fabrikbesitzer mitziehen. Das Bündnis veranschlagte die notwendigen Investitionen für die Behebung der Mängel auf durchschnittlich 250 000 US-Dollar je Fabrik. Laut Bangladesh Accord können die Kosten bei einzelnen Fabriken sogar bei einer Million Dollar liegen. Schwierig ist es für die Fabrikbesitzer, wenn sie keine höheren Preise von den Lieferanten bekommen oder diese sich nicht für einen längeren Zeitraum verpflichten, Waren abzunehmen. Zu diesen beiden entscheidenden Schritten sind die großen Abnehmer nicht bereit.

Westliche Modefirmen und Händler fürchten die öffentliche Diskussion und mögliche Imageschäden. Sie wollen vor allem verhindern, dass eingestürzte oder ausgebrannte Fabriken oder Kinderarbeit mit ihren Produkten in Verbindung gebracht werden – sie verderben den Konsumenten die Kauflaune. Daher machen die Hersteller bei beiden Themen Druck. Ganz anders sieht es dagegen beim Thema Mindestlohn aus: Selbst engagierte Firmen wollen existenzsichernde Löhne nur zahlen, wenn sie insgesamt in einem Land gelten. Das begründen die Unternehmen mit der Marktlogik: Einzelne Hersteller würden meist für mehrere Kunden produzieren, da könnten keine unterschiedlichen Löhne in derselben Fabrik gezahlt werden.

Die Vereinbarung wurde 2017 bis zum Jahr 2021 verlängert und erweitert. Der neue Vertrag beinhaltet auch Arbeitnehmerrechte, wie Gewerkschaftsfreiheit. Die beteiligten Firmen verpflichten sich, dafür zu sorgen, dass ihre Zulieferer die Vereinigungs- und Versammlungsfreiheit der Arbeiter respektieren. Wie wichtig dies

ist, zeigten die Ereignisse in Bangladesch im Dezember 2016. Nach Streiks für höhere Mindestlöhne in Textilfabriken wurden Tausende Arbeiter entlassen und Dutzende Gewerkschafter inhaftiert.

### Material

- <http://bangladeshaccord.org/>

#### Als Journalist stehe ich zwischen verschiedenen Interessen

Wer sich als Journalist mit den Lieferketten beschäftigt, muss sich stets der Interessen der verschiedenen Protagonisten bewusst sein. Häufig erfährt ein Journalist nur durch die Arbeit von NGOs, Gewerkschaften oder Betroffenen von den Missständen. Gerade NGOs leisten eine unglaublich wichtige Aufgabe, was die Offenlegung von Missständen anbelangt. Aber NGOs verfolgen oft auch eine eigene Agenda oder agieren nach Mediengesetzmäßigkeiten, beider Aspekte sollte man sich als Journalist bewusst sein. Ich selbst habe das beispielsweise beim Problem der Kinderarbeit in der Textilindustrie kennengelernt. Eine NGO stellte dann das Problem der Kinderarbeit in den Vordergrund, obwohl es dort erhebliche Verbesserungen gegeben hatte und das brennendere Problem mittlerweile die Ausbeutung Jugendlicher oder Erwachsener war. Aber man kann eben mit dem Thema Kinderarbeit in den Medien leichter Aufmerksamkeit erzeugen.

## 5.8 Das Textilbündnis

„Wir leben hier im Wohlstand auf dem Rücken dieser Menschen, und das müssen wir ändern“, kritisierte Bundesentwicklungshilfeminister Gerd Müller (CSU) 2014 in Berlin und startete das Bündnis für nachhaltige Textilien. Daran beteiligten sich Hersteller wie Adidas und Hugo Boss, Handelsketten wie Aldi, C&A, H&M, Kik, Lidl und Primark, aber auch Hilfsorganisationen, Verbände und Gewerkschaften. Die Unternehmen verpflichteten sich, für bessere Arbeitsbedingungen bei Zulieferern zu sorgen – freiwillig. Dabei bestimmte jede Firma selbst, was und wie sie etwas verbessern will. Ihre Ziele sollen die Unternehmen in Maßnahmenplänen festlegen und veröffentlichen, zunächst freiwillig, von 2018 an soll es Pflicht sein.

Offensichtlich geht dies einigen Unternehmen zu weit. Schon um die Jahreswende 2016/2017 traten mehr als 30 Firmen, darunter Real, Trigema und Walbusch, aus dem Bündnis aus. Im Sommer darauf folgten weitere Austritte und das Bündnis vertrat nur noch rund 50 Prozent des Textilmarkts. Drei Jahre nach dem Start sahen manche Teilnehmer das Projekt auf der Kippe. In der kommenden Legislaturperiode werde sich zeigen, ob der gewählte Ansatz der Freiwilligkeit Früchte trage oder ob verbindliche Rahmenbedingungen notwendig seien, sagte Müller.

Pech hatte das Bündnis bei seinem ersten Gemeinschaftsprojekt, mit dem im indischen Bundesstaat Tamil Nadu die Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie verbessert werden sollen. Mit dabei sind unter anderem Otto, Tchibo, KiK und Hugo Boss. „Solche Projekte sind wichtig, um als Bündnis gemeinsam etwas zu verändern“, sagt Gisela Burckhardt von der NGO Femnet.

Die Grünen-Politikerin Renate Künast, die auch Vorsitzende des Verbraucherausschusses im Bundestag ist, hält das Bündnis für gescheitert. Sie fordert gesetzliche Vorgaben durch die EU, insbesondere eine Transparenzrichtlinie, die die Unternehmen verpflichtet, ihre Lieferketten öffentlich zu machen. „Wir müssen für die Unternehmen ein Entdeckungsrisiko schaffen“, sagt Künast. Transparenz wäre notwendig, damit Verbraucher sich ein Bild machen können. Denn acht von zehn Befragten ist es wichtig, unter welchen Verhältnissen ihre Jeans, Hemden oder T-Shirts hergestellt werden.

### Material

- Website des Bündnisses für nachhaltige Textilien:

<http://www.textilbuendnis.com/>

- Antrag der Bundestagsfraktion der Grünen: Kleidung fair zu produzieren. EU-Richtlinie für Transparenz- und Sorgfaltspflichten in der Textilproduktion schaffen.

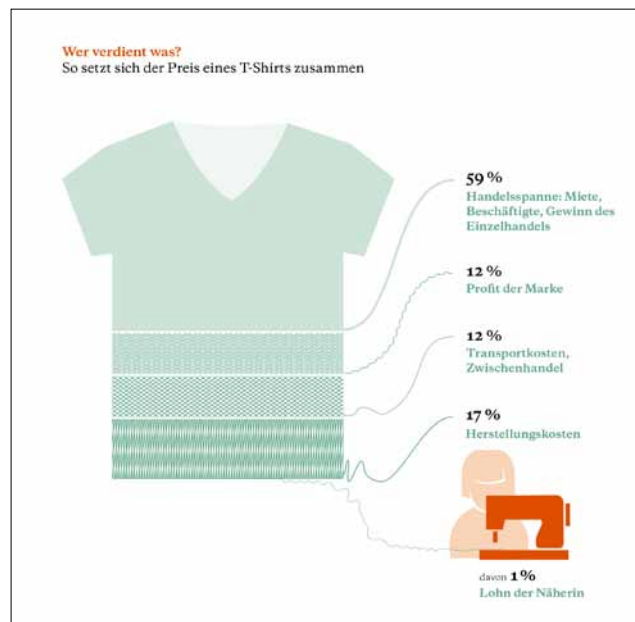
<http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/18/078/1807881.pdf>

- SWR-Radiofeature „Leute machen Kleider“

<https://www.swr.de/swr2/programm/sendungen/wissen/leute-machen-kleider/-/id=660374/did=14689312/nid=660374/t8i5xg/index.html>

## 5.9 Übung: hipp versus geizig

Abb. 6 Wer verdient was? So setzt sich der Preis eines T-Shirts zusammen<sup>9</sup>



Freiwilligkeit versus Verbindlichkeit

Wo stecken die Themen?

### Aufgabe

Die Teilnehmer sollen herausfinden, ob es zwischen teuren Modelabeln und Textildiscountern Unterschiede bei der Bezahlung von Arbeitern gibt.

## 5.10 Machtbeziehungen in der automobilen Lieferkette

Als Königsweg für Konzerne zur Steigerung des eigenen Profits gilt heute die Zerlegung der Wirtschaftstätigkeit in Wertschöpfungsketten und die Auslagerung von Arbeit. So entstehen lange Lieferketten bei der Beschaffung und Produktion. Die Herrscher über diese Netze sind die Konzerne, die am Ende die fertigen Produkte unter ihren Namen verkaufen, also die Apples, Daimlers

<sup>9</sup> Grafik: Nordsonne Identity/Brot für die Welt



und H&Ms dieser Welt. Der Siegeszug dieses Wirtschaftens wirkte sich extrem auf die Arbeitenden aus, weil die Konzerne nicht nur Produktion abgaben, sondern auch Verantwortung. Gleichzeitig machten sie jedoch Vorgaben in Hinsicht auf Preise und Produktivität, die die Art und Weise des Arbeitens entlang der Produktionskette prägten. Aufschlussreich ist hier das Konzept der gläsernen Fabrik.

„Moderne Bordnetzsysteme, komplexe Elektrik und Elektronikkomponenten sowie elegantes Interieur: Über 50 Standorte in mehr als 20 Ländern bilden ein globales Entwicklungs- und Fertigungsnetzwerk“, wirbt Dräxlmaier in einem Imagefilm. Der Automobilzulieferer mit Hauptsitz im niederbayerischen Vilsbiburg ist ein Paradebeispiel für ein Unternehmen mit vernetzten Lieferketten angesichts von mehr als 1 000 direkten Lieferanten, die beispielsweise Kabel, Schrauben oder Kunststoffteile liefern. Das sei komplex, jeden könne man nicht kennen, sagt Georg Barfuß. Er arbeitet bei Dräxlmaier als CSR-Leiter und lehrt an der FH Ingolstadt zu diesem Thema. Die Firma gilt als Technologieschmiede. Dort kaufen Hersteller von Luxusautos ein, ob Mercedes, BMW oder Audi.

„Wir müssen jedes Jahr Kostenreduktionen liefern, bei gleicher Qualität, und dann führt das dazu, dass wir die Lieferketten global machen. Da gibt es den schönen Satz: ‚Je weiter in den Osten, desto billiger die Kosten.‘ Aber inzwischen sind wir halt in Ländern wie Moldawien angekommen, inzwischen sind wir in Tunesien und Ägypten und auch in Südostasien.“ Man habe nur den Lohnkostenvorteil gesehen und versucht, die Qualität zu halten, sagt Barfuß, aber die ganzen Risiken, die man sich mit den global verteilten Lieferketten einkauft, habe man am Anfang gar nicht zur Kenntnis genommen. „Da war nur das kurzfristig Positive: günstig, günstig, günstig.“ Inzwischen denke man um. Aber es gibt Zwänge: Denn die Autokonzerne machen Druck, unter anderem, indem sie die Kosten ihrer Zulieferer vergleichen, ob für Löhne oder Transport. Dafür verlangen sie sogar Einblick in Geschäftsgeheimnisse.<sup>10</sup>

Gläserne Kalkulation nenne sich das, sagt Barfuß. Die Daten verschiedener Zulieferer speisen Unternehmen in eine virtuelle Fabrik, aus der sie dann die Vorgaben für einzelne Lieferanten ableiten. Diese können Zulieferer jedoch häufig nur erfüllen, indem sie ihrerseits den Kostendruck an einen anderen Lieferanten weitergeben. Das Spiel wiederholt sich gewöhnlich einige Male. Bei

Autoteilen sind es meist 5 bis 15 Schritte. Die letzten beißen die Hunde, also die Firmen, die ganz am Anfang der Produktionskette stehen. Sie kommen häufig nur über die Runden, indem sie Beschäftigte ausbeuten.

Mit der automobilen Lieferkette hat sich auch Armin Paasch im Zuge einer Studie für Misereor mit Blick auf die Erzbeschaffung beschäftigt.<sup>11</sup> Folgende beiden Hauptprobleme nennt er:

- Intransparenz: Eine vollständige Transparenz der Rohstoffströme ist eine hochkomplexe Herausforderung. Aber selbst Unternehmen, die die Herkunft der Rohstoffe kennen würden, lehnten eine Offenlegung der Beschaffung ab.
- Unverbindlichkeit: Menschenrechtliche Anforderungen in Lieferverträgen seien oft vage und unverbindlich. Unternehmen verlangen nur eine Selbstauskunft, Kontrollen seien selten und intransparent.

## 5.11 Experten-Input

Für ein Seminar bietet es sich an, einen oder mehrere externe Experten einzuladen, die sich aus ihrer jeweiligen Perspektive mit der Lieferkette beschäftigen, sei es als Unternehmer, Aktivist, Gewerkschafter, Politiker, Wissenschaftler oder Mitarbeiter einer Ratingagentur. Dabei lassen sich verschiedene Varianten durchführen.

Ein Experte kann einen Vortrag halten und danach für Fragen zur Verfügung stehen. Diese Variante wählte ich in dem Modul. Eingeladen hatte ich Achim Paasch, Referent bei Misereor für Wirtschaft und Menschenrechte. Er stellte in einem Vortrag Teile einer Studie zu Problemen bei der Beschaffung von Erz in der Lieferkette von Autokonzernen vor.

## 5.12 Übung: Interview

Eine zweite Variante war vorgesehen, konnte aber wegen der Erkrankung des Referenten nicht durchgeführt werden. Vorgesehen war ein Interview mit einem Vertreter des TÜV Rheinland, der wie alle Auditunternehmen erheblich in der Kritik steht. Die Teilnehmer sollten sich mit Material vorbereiten und dann jeweils in drei Gruppen Interviews führen, einmal für eine Boulevardzeitung, einmal für den Wirtschaftsteil einer

<sup>10</sup> Dohmen, Caspar: Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte: Eine Sisyphusaufgabe, Sendung in der Reihe Hintergrund des Deutschlandfunks vom 26.03.2016

<sup>11</sup> [online] <https://www.misereor.de/fileadmin/publikationen/bericht-vom-erz-zum-auto-2012.pdf> [abgerufen am 10.10.2017]

überregionalen Tageszeitung und einmal für einen Dokumentarfilm.

### 5.13 Rollenspiel: Betriebsräte

In Reden wird die Solidarität von Beschäftigten gerne beschworen, aber wie sieht es in der Praxis aus? Um auf grundsätzliche Interessenkonflikte von Beschäftigten an verschiedenen Standorten aufmerksam zu machen, ist dieses Rollenspiel gedacht.

Zum Kontext: Ein paar hundert Kilometer von ihren Stammwerken entfernt bauen Audi und Daimler seit 2012 Produktionsstandorte in Ungarn auf: in Győr und Kecskemét. Durch neue Werke entsteht Kaufkraft vor Ort und damit gibt es auch mehr Käufer für die Autos. In Ungarn dürfen Unternehmen die Arbeitsverhältnisse flexibler ausgestalten als in Deutschland. Dort können die Unternehmen etwa neue Arbeitszeitregeln oder Arbeitsbewertungssysteme einsetzen, die in Deutschland durch Tarifverträge verboten sind. Aber Leiharbeit nimmt in der Automobilindustrie auch in Deutschland zu.

#### ■ Annahme 1

Daimler will einen Auftrag für ein neues Fahrzeug vergeben. Bei dessen Produktion wollen die Hersteller die Arbeitszeit flexibilisieren und der Lohnanteil an der Wertschöpfung soll sinken.

#### ■ Annahme 2

Ein Arbeiter verdient in Ungarn nur ein Drittel des Lohns seines Kollegen im Werk in Deutschland.

#### Aufgabenstellung

Betriebsräte kommen im europäischen Betriebsrat zusammen. Wie werden sie die Lage beurteilen? Was sind ihre Argumente im gegenseitigen Austausch? Können sie sich auf eine gemeinsame Strategie einigen?

## 6 Arbeitsstandards für alle

Seit den Anfangstagen der Industrialisierung gab es immer wieder den Ruf nach einer internationalen Regulierung seitens der Arbeiterschaft und Unternehmen. So schrieb 1832 Daniel Legrand, Besitzer einer Seidenmanufaktur im Elsass, Eingaben an europäische Parlamente, in denen er ersuchte, international gültige Arbeitsgesetze zu erlassen, weil dies die einzige Möglichkeit sei, die sozialen Probleme zu lösen.<sup>1</sup> Anfang des 20. Jahrhunderts rückten die internationalen Arbeitsbedingungen auf die internationale Agenda. Anlässlich der Brüsseler Weltausstellung im Jahr 1900 entstand die Internationale Vereinigung für gesetzlichen Arbeiterschutz.

Die Initiative erreichte 1906 das erste zwischenstaatliche Abkommen über Produktionsbedingungen: Der Einsatz von hochgiftigem weißem Phosphor wurde bei der Fertigung von Streichhölzern verboten. Aber erst nach dem Ersten Weltkrieg gab es weitgehende Maßnahmen bei der sozialen Frage auf internationaler Ebene. Neun Staaten (Frankreich, Großbritannien, USA, Italien, Belgien, Kuba, Tschechoslowakei, Japan, Polen) beschlossen im Rahmen des Friedensvertrages von Versailles 1919 auch die Gründung der Internationalen Arbeitsorganisation, in deren Präambel es heißt, der Weltfrieden könne auf die Dauer nur auf sozialer Gerechtigkeit aufgebaut werden.<sup>2</sup>

Die Internationale Arbeitsorganisation ist heute eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen. Sie ist die einzige UN-Organisation, in deren Entscheidungsgremien neben Repräsentanten der Mitgliedsstaaten auch Vertreter von Arbeitnehmern und Arbeitgebern abstimmen. Die Organisation widmet sich den zentralen Problemen der arbeitenden Bevölkerung und entwickelte im Laufe der Zeit die Grundprinzipien und Kernarbeitsnormen – den bis heute zentralen Referenzmaßstab für die Arbeitsbedingungen in der Lieferkette.

### Die Grundprinzipien der ILO<sup>3</sup>

- Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen
- Beseitigung der Zwangsarbeit
- Abschaffung der Kinderarbeit
- Verbot der Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf

Diese Grundprinzipien fanden in acht Übereinkommen, die auch als Kernarbeitsnormen bezeichnet werden, ihre konkrete Ausgestaltung:

- Vereinigungsfreiheit und Schutz des Vereinigungsrechtes (1948)
- Vereinigungsrecht und Recht zu Kollektivverhandlungen (1949)
- Zwangsarbeit (1930) und Protokoll von 2014 zum Übereinkommen zur Zwangsarbeit
- Abschaffung der Zwangsarbeit (1957)
- Gleichheit des Entgelts (1951)
- Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf (1958)
- Mindestalter (1973)
- Verbot und unverzügliche Maßnahmen zur Beseitigung der schlimmsten Formen der Kinderarbeit (1999)

Mehr Infos:

<http://www.ilo.org/berlin/arbeits-und-standards/kernarbeitsnormen/lang--de/index.htm>

<sup>1</sup> Zitiert nach Burghardt, Anton (1979), Kompendium der Sozialpolitik, Verlag Dunker & Humblot, Berlin, S. 48

<sup>2</sup> <http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/history/lang--en/index.htm> [abgerufen am 10.10.2017]

<sup>3</sup> Quelle: ILO

## 6.1 Konzerne regulieren

Kontext: Die jungen Staaten, die nach ihrer Unabhängigkeit von den Kolonialmächten entstanden, sahen sich in den 1960er-Jahren von den wirtschaftlichen Aktivitäten der transnationalen Konzerne betroffen. Sie unternahmen einen Anlauf für eine völkerrechtlich verbindliche Regulierung von Konzernen auf Ebene der Vereinten Nationen. Ihre Idee stieß auf Resonanz. Im Auftrag des Wirtschafts- und Sozialrats der Vereinten Nationen legte Mitte der 1970er-Jahre das UN-Zentrum für Transnationale Unternehmen (CTC) einen Verhaltenscodex für transnational tätige Konzerne vor. Darüber stimmten die Staaten jedoch nie ab, zu groß waren die Differenzen zwischen dem Westen und dem Osten zu Zeiten des Kalten Krieges. Die konzernkritische Arbeitsgruppe CTC wurde sogar im Jahr 1992 als eigenständige Einheit der Vereinten Nationen aufgelöst, nicht zuletzt infolge erfolgreicher Kampagnen der erzkonservativen amerikanischen Heritage Foundation und der Internationalen Handelskammer.<sup>4</sup>

Einen Ausweg aus der drohenden Blockade bei dem wichtigen Thema Wirtschaft und Menschenrechte hielten die Vereinten Nationen nur noch für möglich, indem sie das Vorhaben verbindlicher Regeln aufgaben und auf Soft Law, also unverbindliche Vereinbarungen setzten.

## 6.2 UN-Leitprinzipien für Unternehmen und Menschenrechte

Die Vereinten Nationen (United Nations, UN) beauftragten den Harvard-Professor John Ruggie mit der Bildung einer Kommission. Diese erstellte die UN-Leitprinzipien für Unternehmen und Menschenrechte. Dabei sind die Staaten die Hauptadressaten, aber den Unternehmen werden sogenannte menschenrechtliche Sorgfaltspflichten zugewiesen. Sie sollen menschenrechtliche Risiken ihrer Tätigkeiten identifizieren, Schäden vorbeugen und eingetretene Schäden beheben. Die Leitprinzipien wurden 2011 einstimmig im Menschenrechtsrat verabschiedet, einer Unterorganisation der Vereinten Nationen. Damit gibt es erstmals einen globalen Rahmen für die Umsetzung der staatlichen Schutzpflicht und der unternehmerischen Verantwortung in Bezug auf Wirtschaft und Menschenrechte. Die Vereinbarung fand innerhalb

der Wirtschaft große Zustimmung.<sup>5</sup> Die Zivilgesellschaft reagierte skeptisch, weil die Vereinbarung – anders als von ihr gefordert – völkerrechtlich unverbindlich ist. Zentrale Forderungen der Menschenrechtsbewegung, insbesondere die nach einer „extra-territorialen Dimension der Menschenrechtsverpflichtungen, hat Ruggie nicht anerkannt.“<sup>6</sup>

Jeder einzelne Staat ist aufgerufen, die Leitprinzipien in einem nationalen Aktionsplan umzusetzen. In Deutschland geschah dies in einem aufwendigen Prozess, an dem Vertreter aus Politik, Wirtschaft, Gewerkschaften und Zivilgesellschaft teilnahmen. Am Ende formulierte die Politik klare Erwartungen an Firmen, menschenrechtliche Sorgfaltspflichten umzusetzen.

Wenn Unternehmen diese Erwartungen ignorieren, brauchen sie jedoch keine Konsequenzen zu befürchten. Die Regierung hat eine Vorgabe formuliert: Bis zum Jahr 2020 sollen sich die Hälfte aller Unternehmen mit über 500 Beschäftigten verpflichten, menschenrechtliche Sorgfalt in ihre Prozesse zu integrieren. Gelingt dies nicht, will die Politik erneut beraten. Allerdings reicht es aus, wenn die Unternehmen begründen, warum sie keine menschenrechtliche Sorgfaltsprüfung durchgeführt haben. Wenn Unternehmen Menschenrechte im Ausland verletzen, müssen sie also weiterhin weder Bußgelder, Zivilklagen noch andere Konsequenzen fürchten.

### Material

- Dokumentation des gesamten Prozesses beim Auswärtigen Amt:

[http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Themen/Aussenwirtschaft/Wirtschaft-und-Menschenrechte/Uebersicht\\_node.html](http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Themen/Aussenwirtschaft/Wirtschaft-und-Menschenrechte/Uebersicht_node.html)

- Bewertung durch den Global Compact Deutschland:

<https://www.globalcompact.de/de/newscenter/meldungen/Bundesregierung-verabschiedet-Nationalen-Aktionsplan-Wirtschaft-und-Menschenrechte.php>

- Bewertung durch Lobbycontrol:

4 Paul, James A. (2001): Der Weg zum Global Compact. Zur Annäherung von UNO und multinationalen Unternehmen, in: Brühl, Tanja et al. (Hrsg.), Die Privatisierung der Weltpolitik, Entstaatlichung und Kommerzialisierung im Globalisierungsprozess, Verlag J. H. W. Dietz Nachf., Bonn, S. 104–109

5 Vgl. ICC, the IOE and BIAC, Joint Statement on Business & Human Rights to the United Nations Human Rights Council, 30.05.2011

6 Lincoln, Sarah (2014): Das Regime der Konzerne, in: Blätter für deutsche und internationale Politik, 3/2014, S. 69

<https://www.lobbycontrol.de/2016/12/nationaler-aktionsplan-fuer-wirtschaft-und-menschenrechte-in-lehrstueck-in-sachen-lobbyismus/>

■ **Bewertung durch Misereor:**

<https://www.blaetter.de/archiv/jahrgaenge/2016/juni/profit-vor-menschenrecht>

Mit meiner persönlichen Position zum Thema Freiwilligkeit versus Regelgebundenheit möchte ich nicht hinter dem Berg halten. Dargelegt habe ich sie unter anderem in einem Kommentar in der „Süddeutschen Zeitung“ unter der Überschrift: „Es geht eben nur mit Regeln“.

<http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/kommentar-es-geht-eben-nur-mit-regeln-1.2926757>

### 6.3 Modern Slavery Act

Etwas verbindlicher ist der Modern Slavery Act im Vereinigten Königreich. Die Unternehmen werden zwar nicht verpflichtet, Praktiken von Menschenhandel und Sklaverei in ihren Betriebsabläufen und Lieferketten zu unterbinden, allerdings müssen sie alle relevanten Informationen offenlegen. Diese Transparenzbestimmungen sollen es vor allem der Zivilgesellschaft erleichtern, an entsprechende Informationen zu kommen und diese weiterzuverbreiten, was es wiederum Konsumenten erleichtert, bei ihren Kaufentscheidungen Konsequenzen zu ziehen. Durch das Prinzip „naming and shaming“ erhofft sich die Politik, Verbesserungen bei den Arbeitsbedingungen zu erreichen, nachdem es sowohl in dem Vereinigten Königreich selbst einen Anstieg bei Fällen moderner Sklaverei gibt als auch britische Unternehmen anderswo involviert waren, wie im Falle der problematischen Shrimps-Produktion in Thailand.

Damit wird ein Abwärtstrend von Arbeitsbedingungen aufgebrochen. Die britische Politik umgeht durch diese Regel zwei wichtige Probleme: das Defizit beim Vollzug und die Beschränkung der Regelungsbefugnis auf die Landesgrenzen. Indem der Modern Slavery Act die Zivilgesellschaft und Konsumenten mobilisiert, ist dieses Problem ausgelagert worden.

### 6.4 Umfassende Sorgfaltspflichten in Frankreich

Einen Schritt weiter ging Frankreich mit seinem Gesetz für verbindliche unternehmerische Sorgfaltspflichten. Eine Haftung besteht nicht nur für Aktivitäten des eigenen Unternehmens, sondern auch für Tochtergesellschaften und unabhängige Zulieferer, mit denen die Firma eine „etablierte Geschäftsbeziehung“ pflegt. Allerdings bietet das Gesetz eine Menge Interpretationsspielraum – sein Nutzen für Verbesserungen in der Praxis wird entscheidend davon abhängen, wie Gerichte es auslegen werden.<sup>7</sup>

### 6.5 100 Prozent nachhaltig, na und?

Auf den Kakaoplantagen in Westafrika ist nicht nur die Kinderarbeit ein großes Problem. Diverse Studien und Medienberichte belegen auch die Ausbeutung der Kakaobauern. Zur Verbesserung der Zustände gibt es verschiedene Initiativen, beispielsweise das Forum für nachhaltigen Kakao, eine Initiative von Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft in Deutschland. Man hat sich zum Ziel gesetzt, dass die beteiligten Unternehmen spätestens im Jahre 2020 die Hälfte ihres verarbeiteten Kakaos aus nachhaltiger Produktion beziehen. Tatsächlich kommt man sogar schneller voran als geplant. Selbst 100 Prozent erscheinen für das Jahr 2020 realistisch. Aber was würde das eigentlich für die Bauern bringen? Friedel Adam-Hütz, der sich regelmäßig vor Ort umschaut und für die Organisation Südwind im Kakaoforum mitarbeitet, kommt zu einem pessimistischen Ausblick. Viele Bauern, die zertifizierten Kakao herstellen, lebten unter ärmlichsten Bedingungen.

<sup>7</sup> [online] <http://www.zeit.de/wirtschaft/2017-02/frankreich-gesetz-globalisierung-menschenrechte-vorreiter-europa>

## 7 Welche Macht hat der Verbraucher?

Die Macht der Konsumenten wurde im Laufe der Zeit immer wieder entweder gefeiert oder totgesagt. Derzeit überwiegt in der Öffentlichkeit die Euphorie: Die Konsumenten würden in fünf bis zehn Jahren die Macht in ihren Händen halten, sagte Unilever-Chef Paul Polman 2011 dem „Guardian“<sup>1</sup>. Wer sich als Unternehmen unsozial und unökologisch verhalte, werde „ausortiert“. Auch Politiker appellieren an die Verantwortung der Konsumenten. Nach der gescheiterten Klimakonferenz von Kopenhagen sagte die Grünen-Politikerin Renate Künast: „Jeder Einzelne macht jetzt bei sich zu Hause Kopenhagen.“ Auch nach Katastrophen in asiatischen Fabriken, in denen heute ein Großteil der Textilien oder Smartphones gefertigt wird, fordern regelmäßig einige Politiker, Aktivisten und Kommentatoren die Konsumenten auf, ihrer Verantwortung gerecht zu werden.

### 7.1 Der Boykott – Entwicklung, Probleme, Beispiele

Für einen Journalisten ist es wichtig, seine eigene Sicht auf die Sache zu entwickeln. Hier nur einige Hinweise:

Die öffentliche Einschätzung über die Wirksamkeit und Legitimität von Verbraucherboykotten schwankt enorm.

Verbraucher selbst halten viel von gezielter Verkaufsverweigerung, auch in Deutschland. 82 Prozent sehen im Boykott laut Umfrage ihr „wichtigstes Einflussmittel“ auf das Wirtschaftsgeschehen.

Höchste Gerichte haben denjenigen, die mittels Boykott ihren politischen Willen zum Ausdruck bringen, schon früh den Rücken gestärkt. Das Bundesverfassungsgericht entschied beispielsweise 1958 im berühmten Lüth-Urteil:<sup>2</sup> Ein öffentlicher Boykottaufruf könne zulässig sein, wenn jemand aus ethischen Motiven gegen den Verkauf einer Ware oder deren Konsum kämpft, selbst wenn jemand anderer durch die Aktion wirtschaftlich geschädigt werde und beispielsweise Arbeitsplätze verloren gingen. In einer demokratischen Gesellschaft sei das Grundrecht auf freie Meinungsäußerung „schlechthin konstituierend, denn es ermöglicht erst die

ständige geistige Auseinandersetzung, den Kampf der Meinungen, der ihr Lebenselement ist.“<sup>3</sup> Allerdings gibt es keinen Freifahrtschein für Boykotte, denn es gilt der Grundsatz der Verhältnismäßigkeit.

Die Konsumgesellschaft hat Bürgern immer mehr Möglichkeiten eröffnet, ihr Votum als Verbraucher abzugeben. Nach Ansicht des Historikers Paul Nolte entstand ein neuer Typus des Konsumbürgers, der „durch private ökonomische Entscheidungen politische Präferenzen zum Ausdruck bringt und politische Entscheidungen steuert bis hin zum Konsumboykott gegen einzelne Länder, politische Regime oder Unternehmen.“<sup>4</sup> Die Konsumbürger engagieren sich vor allem jenseits der klassischen politischen Arenen.

Ob jemand tatsächlich einem Boykottaufruf folgt, hängt vor allem von seiner inneren Überzeugung ab. Eine Rolle spielt aber auch, wie jemand die Erfolgsaussichten beurteilt und wie viel Beifall ein Boykott in der Öffentlichkeit findet. Es ist die typische Wirkung erfolgreicher Aktionen.

Menschen folgen leider auch Aufrufen zu Boykotten, mit denen fragwürdige Anliegen durchgesetzt, die Rechte Dritter eklatant verletzt werden oder die – spätestens in der Rückschau – den Auftakt eines Völkermords markieren. So boykottierten ab 1933 viele Menschen in Deutschland jüdische Geschäfte. Aufgerufen hatten die Nationalsozialisten dazu in der gleichgeschalteten Presse.

Ein Boykottaufruf unserer Tage wurde vielfach als Bedrohung der Pressefreiheit angesehen: Am 30.09.2015 veröffentlichte die „Jyllands-Posten“, die größte dänische Tageszeitung, zwölf Mohammed-Karikaturen. Es kam zu Protesten, vor allem in islamisch geprägten Ländern. Der Carrefour-Einkaufsmarkt in Kairo hängte ein Schild an die Eingangstür und wies seine Kunden darauf hin, dass Carrefour seine Solidarität mit der ägyptischen und islamischen Gemeinschaft ausdrücken wolle und daher keine Produkte aus Dänemark verkaufe. Als die Aktion Wellen schlug, versuchte der französische Konzern die Verantwortung abzuwälzen: Man halte an der ägyptischen Firma gleichen Namens nur eine

1 [online] <https://www.theguardian.com/sustainable-business/unilever-ceo-paul-polman-interview> [abgerufen am 10.10.2017]

2 Auslöser war der Boykottaufruf des Hamburger Senatsdirektors Erich Lüth für den Film Unsterbliche Geliebte des Regisseurs Veit Harlan, der während der Zeit des Nationalsozialismus bei dem antisemitischen Film Jud Süß Regie führte. Produktionsfirma und Filmverleih erwirkten eine einstweilige Verfügung gegen Lüth beim Landgericht Hamburg, welches im Aufruf von Lüth eine sittenwidrige Aufforderung zum Boykott sah.

3 [online] [http://www.bundesverfassungsgericht.de/SharedDocs/Entscheidungen/DE/1958/01/rs19580115\\_1bvr040051.html](http://www.bundesverfassungsgericht.de/SharedDocs/Entscheidungen/DE/1958/01/rs19580115_1bvr040051.html) [abgerufen am 10.10.2017]

4 Nolte, Paul: Von der repräsentativen zur multiplen Demokratie, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, Hrsg. Bundeszentrale für politische Bildung, Ausgabe 1–2/2011, S. 10

Minderheitsbeteiligung, das unternehmerische Sagen habe die Partnerfirma.

Was konkrete Produkte betrifft, haben Verbraucher wiederholt – überzeugt das Richtige zu tun – Unschuldige boykottiert. Das hatte unterschiedliche Ursachen: Im Falle des Bierbrauers Warsteiner saßen sie z. B. einem Irrtum auf. Es kursierte die Nachricht, dass der Chef der Brauerei Mitglied bei Scientology sei. Viele Verbraucher griffen daraufhin zu einem anderen Bier. Dabei entbehrte die Nachricht jeder Grundlage. Trotzdem brach der Umsatz ein. Das mittelständische Unternehmen wehrte sich mit einer teuren Kampagne gegen das falsche Gerücht.

Mit dem Einkaufswagen können Verbraucher zudem nur Druck auf Konzerne ausüben, wenn sie deren Produkte im Prinzip selber kaufen könnten. Das ist aber vielfach nicht der Fall. Wer genau hinschaut, bemerkt, dass es ziemlich viele Firmen gibt, die keine Waren für den Endverbraucher herstellen – weshalb Boykottaufrufe sinnlos sind. Das gilt für alle Firmen, deren Produkte oder Dienstleistungen von anderen Firmen oder Staaten abgenommen werden, ob Chemikalien oder Waffen.

Es gibt aber auch Konsumgüterkonzerne, die nicht boykottiert werden, obwohl es möglich wäre und es genügend Anlass dazu gäbe. Bestes Beispiel dafür ist Apple. Boykottaufrufe nach Berichten über Selbstmorde und menschenunwürdige Arbeitsbedingungen bei einem Lieferanten von Apple verhallen. Der Konsumforscher Kai-Uwe Hellmann vergleicht die Apple-Fans mit Gläubigen, die alles ausblenden, was nicht ins Bild passt.

Noch nutzen die wenigsten Verbraucher das Boykottpotenzial, dafür sprechen die Ergebnisse der Boykottforschung, die allerdings nicht sehr umfangreich ist. In den USA nahm nur jeder vierte Verbraucher zwischen 1999 und 2004 mindestens einmal an einem Boykott teil, in Kanada waren es 19 Prozent, in Großbritannien 16,6 Prozent, in Frankreich 13 Prozent und in Deutschland sogar nur 8,3 Prozent. Diese Zahlen nennt der Wissenschaftler Stefan Hoffmann in seiner Dissertation über Boykottpartizipation. Doch schon diese Minderheit bewirkt punktuell einiges. So verhinderte der Verbraucherboykott gegen Shell eine Versenkung der Ölplattform Brent Spar auf offener See.<sup>5</sup>

Allerdings ist es wegen fehlender empirischer Daten schwierig, eine Gesamtbilanz zu ziehen. Einen Anhaltspunkt liefert das britische Magazin „Ethical Consumer“.<sup>6</sup> Es listet 62 angeblich erfolgreiche Boykotte aus der Zeit von 1986 bis 2009 auf. Erfolgreiche Boykottaktionen gab es demnach vor allem bei emotional besetzten Themen wie Gesundheit oder Tierschutz. Der US-Wissenschaftler Monroe Friedman hat in dem Buch „Consumer Boycotts“ einen der seltenen Versuche unternommen, den Einfluss von Boykotten auf das Verhalten von Unternehmen empirisch zu belegen.<sup>7</sup> Er nahm 90 Aktionen aus dem Zeitraum von 1970 bis 1980 unter die Lupe, wertete Presseberichte und Aktienkurse aus. Die Aktivisten bewirkten demnach in einem Viertel der Fälle etwas, gemessen an einem sinkenden Aktienkurs. Wissenschaftler um Wallace N. Davidson fanden 1995 Folgendes heraus: Von 59 boykottierten Unternehmen versprach jedes dritte, die kritisierten Missstände zu beheben, was allerdings noch kein Beleg dafür ist, dass sie es am Ende auch tatsächlich getan hätten und genau deshalb kann man auch nicht sagen, dass sie eine höhere Erfolgsquote ermittelt hätten.<sup>8</sup> Manche Waren sind praktisch aus dem Angebot verschwunden, weil erst einzelne Verbraucher sie links liegen ließen und sie schließlich von kaum noch einem Konsumenten nachgefragt wurden. Und manche Produkte stoßen sogar gleich von Anfang an auf Widerstand, wie beispielsweise genetisch veränderte Lebensmittel in Europa.

Einfluss nehmen kann ein Käufer auch durch den gezielten Kauf von Waren, indem er beispielsweise biologisch hergestellte Lebensmittel oder fair gehandelten Kaffee kauft. Es gibt viele Möglichkeiten für Verbraucher durch gezielten Kauf, Einfluss auf die Wirtschaft zu nehmen. Allerdings gibt es heute eine Flut an Siegeln, Zertifizierungen und sonstigen Produktversprechen, weswegen sich Verbraucher genau informieren müssen.

## 7.2 Übung: Klare Haltung im Kommentar

### Pro und Contra gesetzliches Sozialsiegel

Bei der Übung geht es darum, dass die Teilnehmer die Argumente für und gegen ein gesetzliches Sozialsiegel kennenlernen, sich gleichzeitig lernen klar zu

5 Hoffmann, Stefan (2008): Boykottpartizipation. Entwicklung und Validierung eines Erklärungsmodells durch ein vollständig integriertes Forschungsdesign, Gabler Edition Wissenschaft, Wiesbaden, S. 35 ff.

6 [online] <http://www.ethicalconsumer.org/boycotts.aspx> [abgerufen am 20.10.2014]

7 Friedman, Monroe (1999): Consumer Boycotts. Effecting Change through the Marketplace and the Media, London, Routledge

8 Davidson III, Wallace N. und andere (1995): Influencing Managers to Change Unpopular Corporate Behaviour through Boycotts and Divestitures, in: Business & Society, 34 (2), S. 171–196

positionieren und unter Umständen auch in eine Position hineinzudenken, die sie selbst gar nicht vertreten. Zu diesem Zweck wird die Gesamtgruppe geteilt. In einer Gruppe schreibt jeder Teilnehmer individuell einen Kommentar für die Einführung eines gesetzlichen Sozialsiegels, in der anderen Gruppe schreibt jeder einen Kommentar, der sich gegen ein solches Sozialsiegel ausspricht. Anschließend werden Kommentare vorgetragen, alle Argumente gesammelt und über ihre Stichhaltigkeit diskutiert.



## 8 Welche neuen Fragen können Journalisten in Bezug auf Lieferketten stellen?

### 8.1 Unternehmensinterne Kennzahlen

- Wie hoch ist der Anteil nachhaltig beschaffter und gegebenenfalls zertifizierter Vorprodukte und Rohstoffe am jeweiligen Segment?
- Wie hoch ist die Reklamationsrate eines Unternehmens bei all seinen Zulieferern und um welchen Prozentsatz hat sie sich gegenüber dem Vorjahr verändert? Wie viele Zulieferer wurden gewechselt? Die Zahlen können als Indiz für das Verhältnis eines Unternehmens zu seinen Zulieferern herangezogen werden. Gibt es eine hohe Fluktuation und viele Reklamationen, könnte dies daran liegen, dass ein Unternehmen die Preise bei den Zulieferern stark drückt. Interessant sind hier natürlich auch wie bei den folgenden Fragen längere Vergleichszeiträume.
- Wie viele Lieferantenaudits führt ein Unternehmen bei seinen Zulieferern insgesamt und je Firma durch? Wie viele Auditfirmen sind beteiligt? Welche Auffälligkeiten gab es? Welche Konsequenzen sind daraus gezogen worden, hat man sich beispielsweise von Lieferanten getrennt?
- Kennt das Unternehmen seine Lieferkette? Wo werden die Produkte hergestellt? Gab es Verschiebungen in andere Regionen? Wie viele Lieferanten hat das Unternehmen? Wie viele Schritte hat seine Lieferkette?
- Wie haben sich die Kosten bei der Beschaffung entwickelt, beispielsweise je T-Shirt? Was sind die jeweiligen Gründe für die Kostensteigerung oder -senkung?
- Macht das Unternehmen Lieferanten Vorgaben hinsichtlich der Reduktion von Kosten? Müssen seine Lieferanten ihre Kosten dem Unternehmen gegenüber offenlegen?
- Wie teilen sich die Gesamtkosten auf die verschiedenen Bereiche wie Beschaffung, Forschung, Vertrieb etc. auf? Hat sich das Verhältnis verändert und wenn ja, wie?

### 8.2 Lieferantenspezifische Kennzahlen

- Wie hoch ist der Anteil der Vorlieferanten entlang der gesamten Lieferkette, die einen Verhaltenskodex – einen sogenannten Code of Conduct – unterzeichnet haben?
- Wie hoch ist der Anteil der Lieferanten entlang der Lieferkette, die eine Selbstauskunft vorgelegt haben?
- Wie groß ist der Anteil der zertifizierten Lieferanten entlang der gesamten Lieferkette?
- Wie hoch ist der Anteil der Lieferanten entlang der Lieferkette, die einen Maßnahmenplan durchlaufen, um Missstände abzustellen?
- Wie lange dauert im Durchschnitt eine Lieferantenbeziehung?
- Wie hoch ist der Anteil der durch eigene Mitarbeiter oder Dritte geschulten Lieferanten entlang der Lieferkette?
- Wie hoch ist die Anzahl und der Anteil der Lieferanten entlang der Lieferkette, die eine unabhängige Arbeitnehmervertretung haben? Bei wie vielen Lieferanten sind unabhängige Gewerkschaften vertreten?

### 8.3 Allgemeine Aspekte

- Bei Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern in Deutschland: Beabsichtigt das Unternehmen, die unternehmerischen Sorgfaltspflichten gemäß dem Aktionsplan Unternehmen und Menschenrechte zu erfüllen?
- Welchen Brancheninitiativen gehört das Unternehmen an?
- Wie steht das Unternehmen zu den Wettbewerbsverzerrungen zwischen Unternehmen, die Kosten auf Umwelt und Menschen abwälzen, und solchen, die dies nicht tun? Sieht das Unternehmen politischen Handlungsbedarf?
- Könnte eine ethisch einwandfreie und nachhaltige Produktion von Waren künftig ein Kennzeichen von Made in Germany sein? Sollte es so sein?

## 9 Materialien

In diesem Kapitel werden Dinge dokumentiert, die der Autor für die Seminare entwickelt hat. Das Seminar konnte nicht ganz in dieser Form stattfinden, da der

eingeladene Referent für den Nachmittag kurzfristig erkrankte. Der Ablauf soll als Orientierung dienen.

Abb. 7 Ablaufplan eines Tagesseminars

Zeit	Ziel/Inhalt	Methode	Medien	Handout extra
10:00	Vorstellung: Person, Thema, Programm			Teilnehmerliste zum Eintragen
10:15	Input: Lieferketten plus Fragen	Vortrag	PowerPoint/Film	Ja
10:55	Interessengegensätze Lieferketten	Rollenspiel in drei Gruppen		
11:15	Auswertung	Gruppe	Flipchart	
11:30	Input: Rohstoffe. Armin Paasch, Misereor, Referent Politik und globale Zukunftsfragen	Präsentation	PowerPoint	
12:00	Fragen und Diskussion			
12:30	Mittagspause			
13:15	Input: Audits	Vortrag	PowerPoint/Film	Ja
13:30	Vorbereitung Interviews	Vorbereitung in drei Gruppen	Aufgabenkarten	Material vorab
14:15	Jede Gruppe interviewt 20 Minuten lang Olaf Seiche vom TÜV Rheinland, Leiter Business Unit Service Sector, die anderen beiden Gruppen beobachten das Interview.			
15:15	Kaffeepause			
15:30	Auswertung Übung	Geleitete Diskussion	Flipchart	
16:00	Input: Lieferketten verbessern	Vortrag	PowerPoint/Audio	Ja
16:15	Stellung beziehen Pro und Contra Sozialsiegel	Übung: Kurzkommentar ( <i>siehe Übung 7.2</i> )	Fiktive Agenturmeldung	
16:45	Feedback zum Seminar			
17:00	Schlussrunde und Fragebögen		Fragebögen	
17:30	Schluss			

## 10 Anlage KiK-Klage

Die Sicht der Unternehmen stellen beispielsweise die Anwälte von dem Textildiscounter KiK klar, formuliert im Zusammenhang einer Klage gegen den Konzern durch Betroffene eines schweren Brandes in der Fabrik Ali

Enterprises in Pakistan, bei dem 256 Menschen gestorben waren. Zum Zeitpunkt des Drucks des Modulhandbuchs war der Ausgang des Verfahrens vor dem Landgericht Dortmund offen.

### Klagebegründung der Opferanwälte

„Mit der Klage begehren die Kläger [...] immateriellen Schadenersatz wegen des Todes ihrer Söhne in der am 11. September 2012 abgebrannten Textilfabrik der Firma Ali Enterprises [...]

Der Brand forderte mindestens 256 Tote und zahlreiche Verletzte, unter ihnen die Söhne des Klägers [...] sowie der Klägerin [...], die zum Zeitpunkt des Brandes 22, 17 und 18 Jahre alt waren. Der Kläger [...] war Angestellter in der Fabrik und erlitt schwere und bis heute andauernde Verletzungen. (Anmerkung: Es haben also drei Angehörige von Opfern geklagt und ein Arbeiter, der bei dem Unglück selbst schwer verletzt wurde. Darauf haben sich die Menschen, die sich in einer Opfervereinigung zusammengeschlossen haben, aus prozessökonomischen Gründen geeinigt: Denn in Deutschland sind in einem solchen Fall keine Sammelklagen zulässig.)

Die Beklagte war Hauptabnehmerin der in der Fabrik produzierten Textilien. Öffentlich hat sie bereits eingeräumt, 75 Prozent der Gesamtproduktion der Fabrik abgenommen zu haben. Die Fabrik sei mit der Beklagten ‚groß geworden‘. Sie vertrieb die dort hergestellten Produkte in ihren Filialen in Deutschland. Tatsächlich hat die Beklagte die Fabrik vollständig ausgelastet.

Die in den vergangenen Monaten intensiv geführten Verhandlungen der Parteien über eine vergleichsweise Einigung sind gescheitert, da die Beklagte nicht bereit war, den Klägern eine Schmerzensgeldzahlung zu gewähren. Dieses Schmerzensgeld machen die Kläger mit der vorliegenden Klage geltend. Anders als im deutschen Recht kennt das – hier anwendbare – pakistanische Recht den Anspruch auf Gewährung eines Schmerzensgeldes bei dem Verlust naher Angehöriger. [...]

Der getötete Sohn des Klägers zu 1) besuchte 8 Jahre die Schule und begann 4 Jahre vor seinem Tod als Maschinenbediener bei Ali Enterprises zu arbeiten. Er hielt sich zum Zeitpunkt des Brands im zweiten Stockwerk der Fabrik auf. Dort hatte er – wie alle anderen Personen in diesem Stockwerk – keine Möglichkeit, dem Feuer zu entweichen. Die Fenster der Fabrik waren massiv mit Eisen vergittert, ein Umstand, der bei jeder Kontrolle hätte auffallen müssen. Die einzige (!) Treppe nach unten war durch Feuer und Rauch unpassierbar. [...]

Nach Zeugenaussagen ehemaliger Arbeiter wurden in der Fabrik ausschließlich KiK-Label („Okay“) in die Kleidung eingenäht. Die Arbeiter der Ali Enterprises können bestätigen, dass sie in einem Zeitraum von 3 Jahren vor dem Brand ausschließlich KiK-Label in die Kleidung nähten und auch sonst in der gesamten Fabrik ausschließlich Label der Beklagten gesehen haben. [...]

Offenbar nahm die Beklagte ihre Verantwortung vor allem dadurch wahr, dass sie ihre Zulieferbetriebe auf schriftlicher Basis zu Einhaltung von Mindeststandards bei den Arbeitsbedingungen verpflichtete. Dazu dient der 2006 auf der Grundlage der Abkommen der Internationalen Arbeitsorganisation und einschlägiger Normen der Vereinten Nationen entwickelte Code of Conduct des Unternehmens. Dieser regelt die Einhaltung von Mindeststandards in den Zulieferfabriken und dient als verbindliche Grundlage der Handelsbeziehungen der Beklagten. (...) Die Beklagte behält sich darin das Recht vor, die Fabriken zu überprüfen und die Vertragsbeziehung im Falle einer Missachtung zu beenden. [...]

Ali Enterprises führte die Arbeit nicht selbstbestimmt aus. Das Unternehmen musste Vorgaben der Beklagten in weiten Geschäftsbereichen umsetzen und wurde diesbezüglich von der Beklagten kontrolliert.

### Ausschnitte Klageerwiderung KiK-Anwälte:

„Es handelt sich bei dem Brand um ein tragisches Ereignis. Die Umstände, unter denen es zu diesem Brand kam und wie dieser im Einzelnen verlief, sind bis heute nicht geklärt.“ (...)

Bei Ali Enterprises handelt es sich um ein rechtlich selbständiges Unternehmen, das seine Waren auf den internationalen Märkten unter anderem auch der Beklagten darbot und verkaufte. Ali Enterprises war autonom unternehmerisch tätig und betrieblich vollständig autark und in keiner Weise in die betriebliche Organisation der Beklagten eingegliedert oder gesellschaftsrechtlich mit ihr irgendwie verbunden. (...)

Die Beschäftigungsverhältnisse, aus denen die Kläger Rechte herleiten wollen, bestanden ausschließlich mit Ali Enterprises. Die Auswahl der Mitarbeiter, ebenso wie die Organisation der Arbeitsabläufe und des Arbeitsumfelds lag in der ausschließlichen Zuständigkeit und Verantwortung des Arbeitgebers Ali Enterprises. (...)

Insbesondere führt die Berücksichtigung des Umstands, dass die Beklagte alle ihre Lieferanten einen Code of Conduct unterzeichnen ließ, und von dem hiernach eingeräumten Recht, Audits durch qualifizierte Dritte durchführen zu lassen, Gebrauch machte, vor dem konkreten Hintergrund der zwischen der Beklagten und Ali Enterprises gehabten Geschäftsbeziehung nicht zu einer Haftung der Beklagten.

„Der seitens der Beklagten öffentlich, auch auf ihrer Webseite, kommunizierte Kodex ist damit eben keine Vertragsklausel, die im Einzelnen einforderbar und rechtlich notfalls im Klageweg durchsetzbar wäre, sondern eine auf ethischen Erwägungen basierende Aufforderung, die im Kodex postulierten Kriterien ernst zu nehmen. [...] Allein das merkantile Interesse der Lieferanten an einer Zusammenarbeit mit der Beklagten und die drohende Beendigung der Geschäftsverbindung im Falle der Nichtbeachtung der Grundsätze können zur Einhaltung des Kodex bewegen, soweit sie dieses idealerweise nicht aus eigenen Stücken tun. Hier zeigt sich der begrenzte Einfluss, welcher die Beklagte von staatlichen Behörden unterscheidet. Ihr Einfluss reicht so weit der jeweilige Lieferant Interesse an der Geschäftsbeziehung hat.“ (Ausschnitt Klageerwiderung)

## 11 Fallstricke, Irrtümer

- Den Begriff „nachhaltig“ richtig anwenden: Häufig verwenden Journalisten den Begriff einseitig nur für die ökonomische Dimension der Nachhaltigkeit. So übernehmen Journalisten die einseitigen Formulierungen von Unternehmen oder Wirtschaftslobbyisten unhinterfragt. „Dauerhaft“ und „langfristig“ sind nicht mit „nachhaltig“ gleichzusetzen. Wegen der inflationären Verwendung des Begriffs Nachhaltigkeit ist er unscharf geworden. Wie beschrieben ist es oft sinnvoller, den Begriff der Zukunftsfähigkeit zu benutzen.
- Als Journalist sollte man stets auf die Interessen der verschiedenen Akteure im Wirtschaftsgeschehen achten. In Bezug auf die Lieferketten bedeutet dies beispielsweise, dass es ein fundamentales Interesse vieler Unternehmen und Wirtschaftsverbände gibt, gesetzliche Regeln für die Produktion zu verhindern, weil dies die Flexibilität einschränkt und die Haftungsrisiken erhöht. Vor diesem Hintergrund ist die Argumentation zu sehen, dass freiwillige Regeln gesetzlichen Regeln vorzuziehen seien.
- Häufig haben Journalisten in Deutschland beispielsweise bei der Berichterstattung über Textilunternehmen Kontakt zu den Unternehmen und den hiesigen Vertretern von Politik, Nichtregierungsorganisationen, Gewerkschaften und Konsumenten. Regelmäßig stellen sich die Sachverhalte jedoch anders dar, wenn man als Journalist mit den entsprechenden Organisationen vor Ort in Kontakt tritt. Macht man dies nicht, läuft man Gefahr, einseitig zu berichten und den Interessen einzelner Akteure auf den Leim zu gehen.
- Wichtig ist es, sich mit der Historie des Themas zu beschäftigen, damit man nicht Gefahr läuft, über vermeintliche Fortschritte zu berichten, die keine sind. So waren beispielsweise die staatlichen Kontrollen für Fabriken in diversen Entwicklungsländern früher wesentlich besser und die Fabriken entsprechend sicherer.
- Corporate Social Responsibility ist häufig klassische PR von Unternehmen, die wünschenswerte Wirklichkeiten „konstruiert“. Man sollte sich als Journalist also stets fragen, ob Kommunikation und Strategie zusammenpassen. Ganz entscheidend ist es jedoch, sich als Journalist beim Thema Lieferketten immer zu fragen: Wer trägt die Verantwortung für bestimmte Sachverhalte und haftet im Zweifelsfall? Zum Thema Greenwashing erscheint von Evelyne Huber in dieser Reihe ein eigenes Buch: „Nachhaltigkeits-PR-Strategien erkennen“.

## 12 Kommentierte Linkliste

- <http://www.institut-fuer-menschenrechte.de/startseite/>

Das Deutsche Institut für Menschenrechte ist ein gemeinnütziger Verein, der sich mit Menschenrechtsfragen beschäftigt. Er berät staatliche und private Institutionen bei der Umsetzung internationaler Menschenrechtsabkommen, berichtet dem Deutschen Bundestag und verfasst Stellungnahmen für nationale wie internationale Gerichte und internationale Menschenrechtsgruppen. Fundierte Materialien und hilfreiche Experten.

- <http://www.cora-netz.de/cora/>

Im CorA-Netzwerk sind 47 deutsche Menschenrechtsorganisationen, Gewerkschaften, kirchliche und entwicklungspolitische Organisationen, Verbraucher- und Umweltverbände zusammengeschlossen. Das CorA-Netzwerk setzt sich für verbindliche Instrumente ein, mit denen transnationale Unternehmen verpflichtet werden, die Menschenrechte sowie international anerkannte soziale und ökologische Normen und Standards zu respektieren. Gute Materialien und hilfreiche Experten.

- <http://www.textilbuendnis.com/>

Die Initiative wurde am 16. Oktober 2014 unter Federführung des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung gegründet. Es ist eine Multistakeholderinitiative, bei der Wirtschaft, Politik, Zivilgesellschaft und Gewerkschaften an einem Tisch sitzen.

- <http://www.saubere-kleidung.de/>

Die Kampagne für Saubere Kleidung (engl. Clean Clothes Campaign) ist eine Nichtregierungsorganisation, die sich für Rechte der Arbeiter und eine Verbesserung von Arbeitsbedingungen in der internationalen Textil- und Bekleidungsindustrie und in der Sportartikelindustrie einsetzt. Die Organisation beschäftigt sich schon sehr lange mit dem Thema. Gute Materialien und hilfreiche Experten.

### Wichtig

Jeder Journalist sollte sich selbst auf den Weg machen und sich selbst nach Organisationen und Gesprächspartnern in Wirtschaft, Politik, Zivilgesellschaft, Gewerkschaften umschauen, die ihm persönlich vertrauensvoll und verlässlich erscheinen. Dafür gibt es keine Blaupause und es wäre gefährlich, wenn alle die gleichen Pfade beschreiten würden. Es gehört zum journalistischen Handwerk, sich hier sein ganz eigenes Bild zu machen. Es gibt auch nicht die wichtigen Veranstaltungen oder Konferenzen für das Thema der Lieferketten, sondern sie ergeben sich aus aktuellen Entwicklungen. Wer sich mit den Themen beschäftigt, der wird auf die für sein Thema wichtigen Veranstaltungen oder Konferenzen stoßen.

## 13 Kommentierte Literaturliste

- **Beckert, Sven (2014): King Cotton. Eine Geschichte des globalen Kapitalismus**, München: Verlag C.H. Beck. ISBN: 978-3-406-65921-8

Beckert zeigt anhand einer Ware anschaulich auf, wie der Kapitalismus entsteht, sich gleichsam einübt und die Menschen überall auf der Welt seinen Bewegungsgesetzen unterwirft. Der Leser erfährt am Beispiel der Textilindustrie, wie sich die Produktion geografisch mehrfach verschoben hat, erst vom Süden in den Norden und dann wieder in den Süden zurück. Faktenreiches und spannend geschriebenes Buch.

- **Brown, Wendy (2015): Die schleichende Revolution. Wie der Neoliberalismus die Demokratie zerstört**, Suhrkamp, Berlin.

Brown schildert, wie die neoliberal erwünschte Selbstoptimierung jedes Einzelnen die Grundlagen der Demokratie aushöhlt. Der Homo oeconomicus verdrängt den Homo politicus.

- **Burckhardt, Gisela (2011) (Hrsg.): Mythos CSR. Unternehmensverantwortung und Regulierungslücken**, Bonn: Verlag Horlemann. ISBN: 978-3-89502-325-5

In dem Band beschreiben diverse Experten aus Zivilgesellschaft, Wissenschaft und Politik die Grundlagen und Entstehungsgeschichte von CSR und zeigen auf, was eine wirksame CSR wäre. Das Buch ist trocken geschrieben, enthält aber gute Grundlagen, Fakten und Anregungen, die nichts von ihrer Gültigkeit verloren haben.

- **Burckhardt, Gisela (2014): Todschick. Edle Labels, billige Mode – unmenschlich produziert**, München: Verlag Wilhelm Heyne. ISBN: 978-3-453-60322-6.

Eine Reportage und Analyse über die Verhältnisse in der Textilindustrie in Bangladesch.

- **Dohmen, Caspar (2014): Otto Moralverbraucher. Vom Sinn und Unsinn engagierten Konsumierens**, Zürich: Verlag Orrell Füssli. ISBN: 978-3-280-05521-2

In dem Buch beschäftige ich mich mit der Idee, den Möglichkeiten und den Resultaten des nachhaltigen Konsums. Mich beschäftigt in dem Buch die Frage, wie wir besser eine nachhaltige Wirtschaft schaffen können, als Konsument oder als Bürger.

- **Dohmen, Caspar (2016): Profitgier ohne Grenzen. Wenn Arbeit nichts mehr wert ist und Menschenrechte auf der Strecke bleiben**, Köln: Verlag Eichborn. ISBN 978-3-8479-0621-6

In dem Buch schildere ich die Veränderungen der Arbeitswelt im Norden und Süden, zeige die Probleme entlang der Lieferketten auf und frage nach der Verantwortung und den Möglichkeiten entscheidender Akteure wie Staat, Gewerkschaften, Unternehmen und Zivilgesellschaft.

- **Dohmen, Caspar (2017): Das Prinzip Fairtrade. Vom Weltladen in den Supermarkt**, Berlin: Verlag Orange Press. ISBN: 978-3-936086-83-6

Für mehr Gerechtigkeit und gegen Armut versucht der faire Handel, den ungleichen Machtverhältnissen auf dem Weltmarkt etwas entgegenzusetzen. Was mit alternativen Läden begann, findet heute mit Zertifizierungssiegeln statt, die auch auf Produkten im konventionellen Markt zu finden sind; ausgehandelt von einem weltweiten Netzwerk gleichberechtigter Partner aus Nord und Süd. Ich zeichne diese Entwicklung nach. Ich erkläre, was das Fairtrade-Verfahren konkret vom „normalen“ Handel unterscheidet, und zeige seine Wirkung bei den Menschen vor Ort auf. „Das Prinzip Fairtrade“ ist ein Buch für alle, die sich für die Zukunft der globalen Ökonomie und die Zusammenhänge zwischen Wirtschaft und Politik interessieren.

- **Kaleck, Wolfgang und Saage-Maaß, Miriam (2016): Unternehmen vor Gericht. Globale Kämpfe für Menschenrechte**, Berlin: Verlag Wagenbach. ISBN: 978-3-8031-2748-8

Die beiden Juristen gehören zu den Pionieren, die Unternehmen über den Rechtsweg für Probleme in der Lieferkette haftbar machen wollen. Statt unverbindlicher CSR setzen sie auf Haftung von Verantwortlichen. Einer der spannenden Fälle ist die Klage Betroffener gegen den Textildiscounter KiK vor einem deutschen Gericht. Sehr lesenswertes Buch!

- **Klein, Naomi (2005): No Logo. Der Kampf der Global Players um Marktmacht. Ein Spiel mit vielen Verlierern und wenigen Gewinnern**, Goldmann, München

In dem Buch beschäftigt sich die Journalistin mit dem Umbau westlicher Konzerne, die sich häufig nur noch auf die Produktentwicklung und Vermarktung beschränkten, um auf diese Weise ihren Gewinn zu steigern. Klein beschrieb als eine der Ersten die Folgen für die Menschen, die in den Fabriken im globalen Süden nun die Produkte herstellten.

- **Kocka, Jürgen (2014): Geschichte des Kapitalismus**, 2. Auflage, München: Verlag C. H. Beck.

Der Sozialwissenschaftler liefert eine kompakte und erhellende Geschichte des Kapitalismus.

- **Sen, Amartya (1999): Ökonomie für den Menschen. Wege zu Gerechtigkeit und Solidarität in der Marktwirtschaft**, München: Verlag Hanser.

Grundlagenwerk des Nobelpreisträgers über eine menschengemäße Ökonomie.

- **Stiglitz, Joseph E. und Charlton, Andrew (2006): Fair Trade. Agenda für einen gerechten Welthandel**, Hamburg: Verlag Murmann. ISBN: 3-938017-63-5

Grundlagenwerk über die Funktionsweise der Weltwirtschaft und ihre soziale Schieflage. Die Reformvorschläge für eine wirksame Entwicklungspolitik und eine sozialere Gestaltung der Weltwirtschaft sind immer noch aktuell.



## 14 Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

- Abb. 1: Anteil der Unternehmen in Branchen mit Verstößen im Bereich Arbeitsrechte
- Abb. 2: Unternehmen mit der größten Anzahl von Berichten über Arbeits- und Menschenrechtsverstöße
- Abb. 3: Warum lagern Unternehmen Tätigkeiten aus?
- Abb. 4: Entwicklung des Welthandels mit Bekleidung: Anteil an den Weltexporten
- Abb. 5: Was sind ihrer Meinung nach die wichtigsten Geschäftsrisiken für Unternehmen?
- Abb. 6: Wer verdient was? So setzt sich der Preis eines T-Shirts zusammen
- Abb. 7: Ablaufplan eines Tagesseminars

## 15 Die Qualifizierungsinitiative und ihre Förderer

### Die Initiative

Der gemeinnützige Verein Netzwerk Weitblick – Verband Journalismus & Nachhaltigkeit e. V. hat von Juli 2016 bis Juni 2018 ein Qualifizierungsprogramm für (angehende) Journalistinnen und Journalisten realisiert. Denn, wie Recherchen ergaben, existierten kaum publizistische Ausbildungsgänge und Weiterbildungen, die Berichterstattung zu Nachhaltigkeit systematisch thematisieren.

In dem Projekt haben Netzwerk-Mitglieder vielfältige Lehrmodule für die journalistische Aus-, Fort- und Weiterbildung entwickelt und diese mit deutschen und österreichischen Projektpartnern erprobt: mit Universitäten, Hochschulen, Journalistenschulen, Volontärsausbildungen und Weiterbildungseinrichtungen. Sie haben insgesamt mehr als 130 angehende Journalisten sowie andere Medienschaffende geschult. Zu den Modulen wurden Handbücher oder Seminarskripte geschrieben, die Journalisten reichhaltigen Lesestoff und zahlreiche weiterführende Hinweise bieten und die Bildungsinstitutionen für Seminare nutzen können.

### Unsere Förderer

Das Projekt **Entwicklung eines Qualifizierungsprogramms für Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten zum Querschnittsthema Nachhaltigkeit** wurde gefördert von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU).



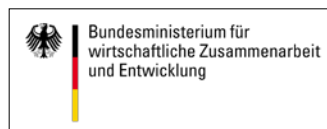
Zu den weiteren Förderern, Spendern und Sponsoren gehörten sowohl Mitglieder des Netzwerks Weitblick und der Verein selbst als auch Stiftungen, Unternehmen, Finanzinstitute und Nichtregierungsorganisationen.

Akzente, Avesco, Bau-Fritz, Bertelsmann Stiftung, BIB Fair Banking Stiftung, Deutsche Telekom, Eco Eco, Evangelische Bank, Fritz Henkel Stiftung, Haspa Hamburg Stiftung / Dr. Wilfried Frei Stiftung, Naturstrom, Memo AG, Misereor, Modem Conclusa,

Insgesamt 14 Netzwerk-Mitglieder haben bei diesem Projekt direkt mitgewirkt und es realisiert. Dafür sei ihnen nochmals herzlich gedankt! Ein großer Dank geht auch an diejenigen in- und außerhalb des Vereins, die es ehrenamtlich intensiv begleitet oder pro bono punktuell unterstützt haben – durch ein Modul oder die Mitwirkung bei der Buchgestaltung. Gedankt sei auch jenen, die Seminare ermöglicht, sie evaluiert oder an der Erstellung der Bücher mitgearbeitet haben.

Die Initiative soll Journalisten quer durch alle Ressorts befähigen, Nachhaltigkeit in ihrer Berichterstattung mitzudenken. Darum setzt sich Netzwerk Weitblick auch künftig dafür ein, dass Bildungseinrichtungen die Module in ihre Aus- und Weiterbildungsgänge integrieren. Das Ziel des Vereins ist es, Journalisten ein Gespür für Nachhaltigkeit sowie das Handwerkszeug für damit verbundenen Recherchebedarf, für die spezifischen Herausforderungen und Lösungen zu vermitteln – damit sie in ihrem Berufsalltag andere Fragen stellen und aus neuen Perspektiven berichten können.

Auftakt der Bildungsinitiative des Netzwerks Weitblick war das Projekt **Nachhaltigkeit für Journalisten – Seminare zur Qualifizierung**. In der zweiten Jahreshälfte 2016 wurden hierfür vier Seminare entwickelt und realisiert an Hochschulen, Universitäten, Journalistenschulen und Weiterbildungseinrichtungen. Das Projekt wurde gefördert von ENGAGEMENT GLOBAL im Auftrag des BMZ.



Die Qualifizierungsinitiative wurde realisiert mit freundlicher Unterstützung von diesen Förderern, Spendern und Sponsoren:

RobecoSAM, Robert Bosch GmbH, Senat der Wirtschaft, Sparda Bank München, Sustainable AG, Ulrich Walter GmbH, Union Asset Management, Vontobel Asset Management, Volksbank Mittweida.





***„Jeden Tag sterben [...] im Schnitt 6400 Menschen auf der Welt durch einen Arbeitsunfall oder an einer berufsbedingten Krankheit. Damit kommen bei der Arbeit mehr Menschen ums Leben als durch Krieg und Terror.“***

Ein großer Teil unserer Wirtschaft ist heute weltweit organisiert und dadurch unübersichtlich geworden. Oft findet die Produktion einer Ware oder Dienstleistung in verästelten Wertschöpfungsketten statt, nicht nur bei der Herstellung eines vierteiligen Autos, sondern auch schon bei einem einfachen T-Shirt. Wo ein einzelner Produktionsschritt stattfindet, richtet sich dabei nach Löhnen und danach, wie streng oder locker Umweltauflagen und soziale Regelungen in den jeweiligen Staaten sind und wie konsequent diese ihre Vorgaben durchsetzen bzw. durchsetzen können, denn die ökonomische und politische Macht entlang der Lieferketten ist sehr unterschiedlich verteilt. All das hat entscheidend mit den Arbeits- und Lebensbedingungen der Menschen und unserer Zukunftsfähigkeit zu tun ...

Dieses Buch richtet sich an journalistische Bildungseinrichtungen genauso wie an die einzelne Journalistin, den einzelnen Journalisten. Es eignet sich für den Unterricht ebenso wie für die persönliche Fortbildung. Die Handreichung bietet Tipps, Links, Literaturhinweise und Übungen wie auch Wissen, Einordnung und das Handwerkszeug für die Recherche zu Unternehmen, Politik und globalisierter Produktion, stets mit dem besonderen Nachhaltigkeitsblick. Es lohnt sich, diesen Faden aufzunehmen, denn nicht zuletzt erweitert das Mitdenken von Nachhaltigkeit den journalistischen Fragenkatalog und führt zu tieferen, neuen Einsichten – und guten Geschichten.

***„Wer sich als Journalistin oder Journalist mit den Lieferketten beschäftigt, muss sich stets der Interessen der verschiedenen Protagonisten bewusst sein.“***

Der Autor Caspar Dohmen stellt sich seit Jahren den journalistischen Herausforderungen der globalisierten Produktionsweisen und recherchiert dafür auch vor Ort, unter anderem für die Süddeutsche Zeitung, den Deutschlandfunk, den SWR und für eigene Bücher.