

Arbeiten für Olympia — schneller, länger, billiger?

Das riesige Geschäft mit den Markenlogos

von Malte Fischer

Olympia — der eigentliche Wettkampf findet nicht in den Stadien sondern zwischen den Sportartikelfirmen statt, für die Südostasien ein wichtiger Produktionsstandort ist und in denen die Menschenwürde der Arbeitenden häufig mit Füßen getreten wird.

Olympia — das Wort allein genügt, um bei Sportfans in aller Welt die Herzen höher schlagen zu lassen. Das »größte Fest für die Menschlichkeit«, bei dem sich über 10.000 Sportler aus 202 Ländern in den verschiedensten Disziplinen messen, ist mit hohen Idealen verbunden. Olympia steht für sportliche Höchstleistungen und Rekorde, aber auch für friedliches Miteinander, für Menschenwürde und Fairness und »die Achtung fundamentaler und universell gültiger ethischer Prinzipien« (Charta der Olympischen Spiele); Fair-play eben nicht nur in den Wettkämpfen, sondern auch darüber hinaus.

Doch Olympia, das ist auch ein riesiges Geschäft. Wer es schafft, diese Faszination von sportlichem Erfolg und olympischem Ideal mit seinem Markenlogo in Verbindung zu bringen, kann mit steigenden Umsätzen rechnen. Allein aus dem Verkauf von Lizenzen für die Verwendung des olympischen Symbols erwartet das olympische Komitee Einnahmen in Höhe von 66 Millionen US-Dollar. Und das ist noch wenig im Vergleich zu den direkten Sponsorengeldern, von denen bis Dezember 2003 bereits 648 Millionen US-Dollar geflossen sind.

Bei Olympia wird also nicht nur um Medaillen, sondern mindestens ebenso hart um Märkte gekämpft. Die Akteure heißen nicht Haile Gebrselassie oder Cathy Freeman, im Rennen sind Namen wie Nike, Adidas, Reebok, Puma, Fila, ASICS, Mizuno, Lotto, Kappa, Umbro und viele andere, die um den attraktiven Markt der Sportartikel wetteifern. Ein Markt, auf dem 2002 mehr als 58

Milliarden US-Dollar Umsatz gemacht wurde. Wie sieht es da mit den sportlichen Idealen von Olympia, mit Fair-play und Menschenwürde aus?

Gilt »Play Fair« auch für die Sportartikel Produktion?

Dieser Frage sind Organisationen wie die *Clean-Clothes-Campaign* oder *Oxfam International* seit längerem auf der Spur — und erheben im Rahmen ihrer gemeinsam mit den Gewerkschaften initiierten Kampagne »Play Fair bei Olympia« schwere Vorwürfe gegen die Sportartikelkonzerne, das Internationale Olympische Komitee und auch die Regierungen der Länder, in denen die Konzerne produzieren lassen. *What happened?*

Während die Konzerne zwar Unmengen von Geld dafür ausgeben, bei den olympischen Spielen und damit auf den Bildschirmen der ganzen Welt präsent zu sein — Nike gab im Jahr 2002 für Werbung 1,028 Milliarden US-Dollar aus — sind sie doch gleichzeitig verantwortlich für massive Verletzungen der Menschenwürde und der Gesundheit derer, die in Ländern wie Indonesien, Thailand, Vietnam, Kambodscha oder auch der Türkei und Bulgarien für Hungerlöhne ihre Produkte herstellen. Ihnen wird eine ausreichende Bezahlung vorenthalten, sie werden zu unbezahlten Überstunden genötigt und bei Verfehlen der Produktionsziele bestraft, werden sexuell belästigt und gesundheitlich ruiniert. Ebenso verweigert man ihnen die grundlegend-

sten Arbeitsrechte, wie das Recht auf gewerkschaftliche Organisation (siehe auch *südostasien* Nr. 1/2003). Es ist offensichtlich, dass die Produktionsweise der so imagerächtigen olympischen Marken weder mit dem Wortlaut noch mit dem Geist der Charta der olympischen Spiele vereinbar ist.

Wie es dazu kommt, versteht, wer sich die vielgliedrige Lieferungskette näher anschaut. Wir als Kunden wollen immer die neuesten Produkte, wir wollen sie billig und wir wollen sie jetzt. Um diesem vom Verbraucher ausgehenden Preisdruck gerecht zu werden und auf dem Markt zu bestehen, nutzen die großen Einzelhandelskonzerne wie FootLocker, Decathlon oder WalMart ihre gewaltige Verhandlungsmacht gegenüber den Sportkonzernen, um ihre Einkaufspreise zu senken.

Die so unter Druck gesetzten Markenfirmen konzentrieren sich auf das Geschäft mit gewinnbringenden Bereichen wie Design und Marketing, während sie Produktion und Verpackung an Zulieferfirmen in den Billiglohnländern auslagern. Hier wiederum haben die Markenkonzerne eine große Verhandlungsmacht, da die über Agenten oder Zwischenhändler platzierten Aufträge den lokalen Herstellerbetrieben Zugang zum Weltmarkt verschaffen. Um in diesem Bereich Kosten einzusparen, verfolgen die Sportbekleidungskonzerne eine radikale Einkaufspolitik, die die Herstellerfirmen mit dem Rücken zur Wand

Der Autor studierte Politikwissenschaft in Freiburg, bevor er an die Musikhochschule Karlsruhe wechselte.

stellt. Bei immer kürzeren Lieferzeiten werden nur noch kurzfristige und kleine Aufträge vergeben, teilweise erfolgt die Order wöchentlich — oder eben auch nicht. Mit der nicht selten verwirklichten Drohung, woanders einzukaufen, werden knallhart die Stückkosten auf ein Minimum gesenkt, Margen von 35 Prozent in eineinhalb Jahren sind hier keine Ausnahme.

Grundbedürfnisse können kaum gedeckt werden

Um nun ihrerseits im Wettbewerb zu bestehen und einen Teil des erwirtschafteten Gewinnes einstreichen zu können, akzeptieren die Hersteller häufig Konditionen, die unter menschlichen Bedingungen schlicht nicht erfüllbar sind. Um die Ware dennoch fristgemäß zu liefern, wird die Belegschaft gezwungen, zu arbeiten bis der Auftrag erledigt ist. 110 Stunden pro Woche, manchmal bis zu 48 Stunden am Stück, sind in Spitzenzeiten keine Seltenheit. Auf Erschöpfung reagieren die Aufpasser mit Entlassungsdrohungen, Strafen und Beleidigungen, in besonders krassen Fällen, erhalten die ArbeiterInnen in Getränken aufgelöste Amphetamine, um durchhalten zu können (so geschehen in der mittlerweile geschlossenen *Bed&BathPrestigeCo.*, Thailand).

Aber auch wenn sie die Überstunden nicht zwangsweise leisten müssten — die Beschäftigten sind darauf angewiesen. Denn die Hungerlöhne reichen im Normalfall bei weitem nicht zum Überleben. Andrew Hewett, Geschäftsführer von *Oxfam Australia*, berichtet über die Situation in Indonesien: »ArbeiterInnen von Nike und Adidas, die mit ihren Kindern leben wollen, müssen sich verschulden, um die Grundbedürfnisse ihrer Familie zu decken. Viele sind durch ihre Armut gezwungen, ihre Kinder in andere Dörfer zu Verwandten zu schicken.« Und bei sinkender Auftragslage gibt es weniger Überstunden oder gleich unbezahlten Zwangsurlaub.

Ein weiteres Mittel, um geringe Produktionskosten mit hoher Flexibilität zu

verbinden, ist die Vermeidung von regulären Arbeitsverträgen. Das hat für die Firmenbesitzer gleich mehrere Vorteile: Zum einen können sie ihren Arbeitskräftebestand je nach Auftragslage variieren, zum anderen müssen sie keinerlei Sozialbeiträge oder Gesundheitsleistungen bezahlen und können unbequeme ArbeiterInnen entlassen, ohne eine rechtliche Hürde zu umgehen oder Entschädigungen zahlen zu müssen. Damit haben die ArbeiterInnen keine Handhabe, gegen die Arbeitgeber vorzugehen, wenn diese arbeitsrechtliche Bestimmungen zu Mindestlöhnen, Arbeitszeiten, Zahlung von Überstundenprämien etcetera missachten. Man kann sich denken, dass Gewerkschaftsaktivität nicht gerade förderlich ist, um eine Verlängerung des Kurzzeitvertrages zu erhalten. Hinzu kommt, dass bei dieser Form von Verträgen der Lohn oft an eine in der Regel sehr hohe Stückzahl, und nicht an eine feste Arbeitszeit gekoppelt ist.

Der Druck also, der vom ahnungslosen (und bewusst ahnungslos gehaltenen) Verbraucher ausgeht, der lieber einen Turnschuh für 36 als für 41 US-Dollar kauft, dieser Druck trifft, auf dem Weg durch die Lieferungskette von profitorientierten Aktiengesellschaften und gewieften Zwischenhändlern weitergegeben und verstärkt, mit voller Wucht die ArbeiterInnen in den Billiglohnländern, die

unter extrem ausbeuterischen und erniedrigenden Bedingungen ihren Lebensunterhalt erstreiten müssen. Während unter dem Druck der Aktionäre die Gewinne von Firmen wie Nike die Milliardengrenze übersteigen, muss eine kambodschanische Textilarbeiterin mit einem Jahreslohn von 1.500 US-Dollar auskommen. Das sind 0,0009 Prozent des Jahresgewinns von Puma 2002.

Wirtschaftswachstum um jeden Preis

Wer aber nun ist verantwortlich für diese Schiefelage? Da ist zuerst natürlich die unmittelbare, direkt rechtlich und moralisch verpflichtende Verantwortung der Arbeitgeber der Zulieferbetriebe, »ihre« Beschäftigten anständig zu behandeln und zu fairen Konditionen arbeiten zu lassen. Dafür gibt es in jedem Land gesetzliche Regelungen, die diese Konditionen genauer festlegen und die Arbeitgeber an gewisse Mindeststandards binden. Die meisten Staaten haben sich verpflichtet, die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation der UNO (siehe Kasten) »zu respektieren, zu fördern und zu verwirklichen«.

Wie aber ist es möglich, dass die Beschäftigten trotzdem zu solch schlechten Bedingungen arbeiten müssen? Hier ist mit Sicherheit ein



Quelle: Archiv

In der Produktion bleiben international anerkannte Arbeitsschutznormen oft auf der Strecke.

größeres Engagement der nationalen Regierungen gefordert, die zum Teil durchaus vorbildlichen Arbeitsgesetze in die Realität umzusetzen. Zu oft drücken die Regierungen — auch bei uns — beide Augen zu, wenn sich die Arbeitgeber durch immer mehr Zeitverträge aus der Verantwortung stehlen wollen. Statt eines eindeutigen Bekenntnisses zu Schutz und Ausbau der Arbeitsrechte erweisen sich die gewählten Vertreter zu oft als Gehilfen der global tätigen Konzerne. Um ihnen billigere Arbeitskräfte bieten zu können und damit das auf hohen Exportraten beruhende Wirtschaftswachstum zu steigern, werden Menschenrechte wie das Recht auf Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Tarifverhandlungen ausgehöhlt oder außer Kraft gesetzt, indem bestehende Gesetze nicht angewendet werden und Sonderwirtschaftszonen mit stark eingeschränkten Arbeitnehmerrechten eingerichtet werden.

Doch angenommen, eine Regierung wollte sich wirklich für die Rechte der Arbeitnehmer einsetzen. Kann sie tatsächlich etwas grundlegend verändern? Natürlich, denn wo ein Wille ist, ist auch ein Weg. Aber es wird für die nationalstaatlichen Regierungen unbestreitbar immer schwieriger, noch eigene Akzente zu setzen. Denn ihre Gesetze und Regelungen beziehen sich nur auf den nationalen Einflussbereich.

Doch in Zeiten der Globalisierung, der weltweiten Vernetzung ökonomischer und sozialer Aktivitäten, überschreiten die multinationalen Konzerne die Grenzen der Nationalstaaten ohne Mühe und können deren politische Souveränität und (im Idealfall) demokratisch legitimierte Institutionen mit der Drohung, die Produktion in ein anderes Land zu verlegen, unterlaufen.

Die demokratischen Verständigungsprozesse werden mehr und mehr durch den marktwirtschaftlichen Austauschprozess ersetzt. Nicht die Wirtschaft entfaltet sich innerhalb der von der Politik vorgegebenen Regeln, vielmehr diktiert die Wirtschaft der Politik den noch verbleibenden Handlungsspielraum. Die Unternehmen, die keiner zentral definierten politischen Rahmenordnung unterliegen, können unter alternativen Rechtssystemen nach ökonomischen Gesichtspunkten auswählen und so das Primat der nationalstaatlichen

Politik aushebeln. Durch das Diktieren von Handelsabkommen und das Einwirken auf die Gesetzgebung übernehmen die Firmen Aufgaben der Regierungen und entscheiden auch, inwieweit Menschen- und Arbeitsrechte noch berücksichtigt werden. Und wo es ihnen dann noch nötig erscheint, greifen die internationalen Finanzinstitutionen wie IWF und Weltbank mit politischen Strategien und Auflagen zur Arbeitsmarktflexibilisierung gerne unterstützend ein.

Die Geschäftspraktiken der Industrie treffen die ArbeiterInnen hart

Wenn also die Herstellerfirmen die Menschenwürde der ArbeiterInnen aufgrund der Einwirkungen der multinationalen Konzerne auf die Politik verletzen können, beziehungsweise wegen deren rigorosen Einkaufspolitik vielleicht sogar verletzen müssen, um selbst zu überleben — dann liegt der schwarze Peter erst einmal bei den Markenfirmen.

Doch einen Schwarzen Peter behält niemand gerne, schon gar nicht, wenn das teuer erkaufte Image in Gefahr ist. So haben sich die Konzerne beeilt, in Verhaltenskodizes ihre besten moralischen und ethischen Grundüberzeugungen zu formulieren und öffentlichkeitswirksam darzulegen — in denen die Zulieferer verpflichtet werden, für die Einhaltung der Arbeitnehmerrechte zu sorgen. Hier schließt sich der Kreis, die Verantwortung liegt wieder bei den Fabrikbetreibern, das Problem ist abgehakt? Da kommen selbst den eigenen Leuten Zweifel auf. »Wenn ein Fabrikbetreiber sagt, »wir können soziale Normen nicht einhalten, weil wir gestern den Auftrag bekommen haben, heute Morgen zu liefern«, müssen wir unsere internen Prozesse überprüfen.« Der für soziale und Umweltfragen zuständige Direktor von Adidas hat völlig Recht, wenn er zu diesem Schluss kommt. Doch wo bleiben die Konsequenzen? Denn leider hat auch der kambodschanische Fabrikbesitzer immer noch Recht, wenn er sagt: »Hohe Arbeitsstandards in Kambodscha binden keineswegs einen Abnehmer an eine Fabrik. Das kann nur ein guter Preis.«

Die Kampagne »Play Fair bei Olympia« fordert daher von den Sport-

bekleidungsunternehmen, endlich glaubwürdig und effektiv für die Einhaltung international anerkannter Arbeitsnormen zu sorgen und damit ihre Verhaltenskodizes wirklich in die Tat umzusetzen, ihre Einkaufspraktiken zugunsten von angemessenen Lieferzeiten und fairen Preisen zu verändern und Inspektionssysteme, mit denen die Arbeitsbedingungen in den Zulieferbetrieben überprüft werden sollen, so zu gestalten, dass auch Beschäftigte und unabhängige Gewerkschaften miteinbezogen werden. Was die Zusammenarbeit mit Gewerkschaften und Nichtregierungsorganisationen und die Transparenz bei der Aufdeckung der Auswirkungen ihrer Geschäftspraktiken angeht, wünscht sich die Kampagne ein größeres Entgegenkommen seitens der Firmen. Aber auch die Zulieferer und die Regierungen werden aufgerufen, ihrer Pflicht zur Schaffung menschenwürdiger Arbeitsbedingungen nachzukommen und den Schutz der Arbeitsrechte zu garantieren.

Das Olympische Komitee soll sich eindeutig zu seiner Charta bekennen und die Verantwortung für die Produktionsbedingungen der für die Spiele hergestellten Artikel über Lizenzvergaberichtlinien, Sponsorengelder und Vermarktungsvereinbarungen wahrnehmen. Und last but not least wird die Öffentlichkeit (das sind wir!) dazu aufgerufen, über Information, Protestaktionen und Demonstrationen den öffentlichen Druck auf Konzerne und Politik aufrecht zu erhalten und zu verstärken. Das EU-Parlament hat bereits eine Resolution zur Unterstützung der Kampagne verabschiedet, aber weitere Aktivitäten müssen folgen, um den Forderungen Nachdruck zu verleihen.

Denn in der Realität geschieht ohne öffentlichen Druck aus Gesellschaft und Politik leider gar nichts. Erst wenn die Renditen in Gefahr sind, sind die Konzerne bereit, Zugeständnisse zu machen.

Doch eine bessere Welt ist nur dann eine bessere Welt, wenn es allen, und nicht nur einer dünnen Schicht besser geht. ●

Quellen:

»Olympic Report« der PlayFairKampagne (CleanClothesCampaign, OxfamInternational, GlobalUnions)
www.fairolympics.org
www.thailabour.org