

Gruppenstunde zum Thema faire Sportbekleidung

Hier läuft was - fair p(l)ay in der Sportbekleidungsindustrie

2010 findet die Fußball-Weltmeisterschaft in Südafrika statt. Bei der WM können nicht nur Fußballmannschaften gewinnen, sondern auch die Sportartikelhersteller wie z.B. Adidas oder Puma. Adidas ist Marktführer im Bereich Fußball und wird viele der teilnehmenden Mannschaften ausrüsten, darunter ist auch Gastgeber Südafrika. Der Konzern ist Sponsor, Ausstatter und Lizenznehmer und stellt den offiziellen WM-Ball. Auch Puma sicherte sich Ausstattungsrechte vor allem bei afrikanischen Nationalmannschaften. So treten Kamerun, Angola, Ghana, Togo und die Elfenbeinküste mit dem Raubkatzenlogo an. 2008 stieg der Umsatz von Adidas um 5 % auf 10,799 Mrd. Euro und der Netto-Gewinn konnte das achte Jahr in Folge zweistellig auf 642 Mio. Euro gesteigert werden. Im vergangenen Jahr stürzte der Überschuss um 62 Prozent auf 245 Millionen Euro ab, doch darf Adidas dank der WM 2010 wieder auf deutlich höhere Gewinne hoffen. Abseits der glamourösen Welt der Fußballstars stellen weltweit Millionen Frauen, Männer und Kinder die passenden Trikots, Schuhe und Bälle her. Die Fußball Weltmeisterschaft ist also ein guter Aufhänger, um sich damit zu beschäftigen wer, wo und unter welchen Rahmenbedingungen eigentlich all die Sportartikel für die Konzerne herstellt. Wie wichtig sind neben Rekordgewinnen auch internationale soziale Gerechtigkeit und ökologische Tragfähigkeit für die Konzernphilosophie und wie erfolgt die Umsetzung? Die Auseinandersetzung mit den Themen Konsum, Globalisierung, Wettbewerb und nachhaltiger Entwicklung führt von Herzogenaurach nach Südafrika und von dort zu südamerikanischen Näherinnen, zur Kampagne für saubere Kleidung (CCC) und über die Börse zurück zur Hauptversammlung von Adidas. Ein Besuch in Herzogenaurach, dem Firmensitz der beiden Sportartikelhersteller Adidas und Puma, und eine Recherche zum Thema „Nachhaltigkeit im Konzern“ könnte diese Einheit abrunden.

Material:

Weltkarte und Stecknadeln mit Fähnchen, Moderationsmaterial, Zettel und Stifte, Papiertüte, Turnschuh –Puzzle (dazu Grafik auf S.4 auseinander schneiden, evtl. vorher laminieren), Klebstreifen, Informationen zur Kampagne für saubere Kleidung

Zeitbedarf:

1,5 Stunden

Ablauf:

Warm laufen**Einführung (2 min)**

In dieser Gruppenstunde wollen wir uns damit beschäftigen, wie fair bei der Herstellung von Sportartikeln gespielt wird und was das mit uns zu tun hat.

Fußball WM 2010: Austragungsort, Event, Ausstatter...Firmensitz der großen deutschen Ausstatter Adidas und Puma. Blick auf die Ausstattung, was gehört dazu (Ball, Trainingshosen, Trikot, Schuhe...). Nehmen wir nun mal die Schuhe in den Blick:

Schuhe im Fokus**Lebende Landkarte (10 min)**

Wer von den Anwesenden trägt gerade welche Schuhe?

Die Jugendlichen sollen aufstehen und sich anhand ihrer Schuhe in Gruppen zusammenfinden. Dabei sollen sie sich selbst die Kriterien ausdenken, nach denen sie sich sortieren wollen. Es sollen mindestens 3 Gruppen werden (z.B. Schuhart, Farbe, Hersteller, Preis etc.). Die Gruppen sollen jemanden bestimmen, der/die die Kriterien vorstellt, auf die sich die Gruppe verständigt hat.

Bei wenigen TN kann sich auch eine einzige Gruppe zweimal umsortieren.

Kaufentscheidungen**Kartenabfrage (10 min)**

Nach welchen Kriterien suche ich persönlich meine Turnschuhe aus?

Jede(r) schreibt seine wichtigsten Entscheidungskriterien beim Kauf von Turnschuhen oder anderen Sportartikeln auf (z.B. Preis, Funktion, Design, Passform, Farbe, Qualität, Image, Marke etc.). Stoffsammlung dann gemeinsam sortieren.

Achtung: Das Kaufverhalten nicht kommentieren. Es geht hier nur um die Reflektion der eigenen Leitbilder beim Einkaufen und um die verschiedenen Perspektiven, aus denen man so einen Turnschuh betrachten kann!

Produktionsstandorte der Sportartikelbranche**made in...?, Weltkarte (10 min)**

Jetzt geht es darum, sich die Länder bewusst zu machen, in denen die Sportartikel, allen voran die Sportschuhe, produziert werden.

Die Jugendlichen sollen ihre eigenen Schuhe untersuchen und herausfinden wo diese produziert wurden („made in...“ steht meistens auf Etikett, Sohle...). Dann soweit möglich die Produktionsländer der eigenen Schuhe auf der Weltkarte suchen und mit einem Fähnchen markieren.

Anschließend kurzer Input zu den Ländern, in denen die Bekleidungs- und Sportartikelbranche bevorzugt produzieren lässt (siehe Hintergrundinfo). Mit Hilfe der Jugendlichen fehlende Fähnchen auf der Weltkarte ergänzen.

Der Lohn für gute Turnschuhe**Lohntüte (3min)**

Zu jedem Turnschuh gehört ein Mensch, der ihn hergestellt und für diese Arbeit einen gerechten oder auch keinen gerechten Lohn erhalten hat.

Jede(r) soll für sich den Lohnanteil bei der Herstellung eines Markenturnschuhes schätzen und aufschreiben. Die Zettel in einer „Lohntüte“ einsammeln und vorerst noch nicht auswerten.

Wer bekommt die 100 € für meinen Turnschuh?

Turnschuh-Puzzle (7 min):

Neben den Lohnkosten stecken auch noch andere Kosten in jedem Turnschuh:

Turnschuh-Puzzle-Stücke ausschütten und von den TN gemeinsam zusammensetzen lassen. Raten lassen, welchen Kosten die einzelnen Teile entsprechen könnten (Werbung, Transport, Materialien...) (Siehe auch Hintergrundinfo)

Das kommt nicht in die Tüte! - Rahmenbedingungen in der Sportartikelproduktion

Lohntüten-Vergleich, Input (10 min)

Die Näherinnen erhalten also ca. 40 ct pro Turnschuh. Welchen Lohnanteil hatten die Jugendlichen geschätzt?

Jetzt gemeinsam die eingesammelten Zettel aus der Lohntüte auswerten und mit den realen Lohnanteil der Grafik vergleichen. Wie können die Lohnkosten so niedrig sein? Input und Diskussion zu den Rahmenbedingungen in der Sportartikelproduktion (siehe Hintergrundinfo).

Fair p(l)ay

Szenische Darstellung von Akteuren, Reflexion (20min)

Komplexe Zusammenhänge und unterschiedliche Interessen kennzeichnen die Akteure in der weltweiten Sportartikelherstellung.

Gruppenarbeit: Die Näherinnen in einem lateinamerikanischen Zulieferbetrieb des Sportartikelherstellers „Coole Marke“ arbeiten unter größtem Druck für einen Lohn unterhalb des Existenzminimums. Welche Akteure gibt es, die diese Situation beeinflussen könnten? Welchen Zwängen sind diese Akteure ausgesetzt?

Szenische Darstellung: Die Gruppen sollen einige unterschiedliche Akteure kurz szenisch darstellen, so dass die andere Gruppe erraten kann, wer gemeint ist (z.B. Firmenchef, Zulieferbetrieb, Näherin, Presse, sozialpolitisch engagierte Organisation, Aktionäre, Mitbewerber auf dem internationalen Markt, Kundin...).

Reflexion: Wie könnten die Akteure zu nachhaltigen Produktionsbedingungen beitragen? Mit welchen Widerständen und Folgen müssen sie rechnen? An drei Beispielen diskutieren.

Engagement lohnt sich

Die clean-clothes-campaign (5 min)

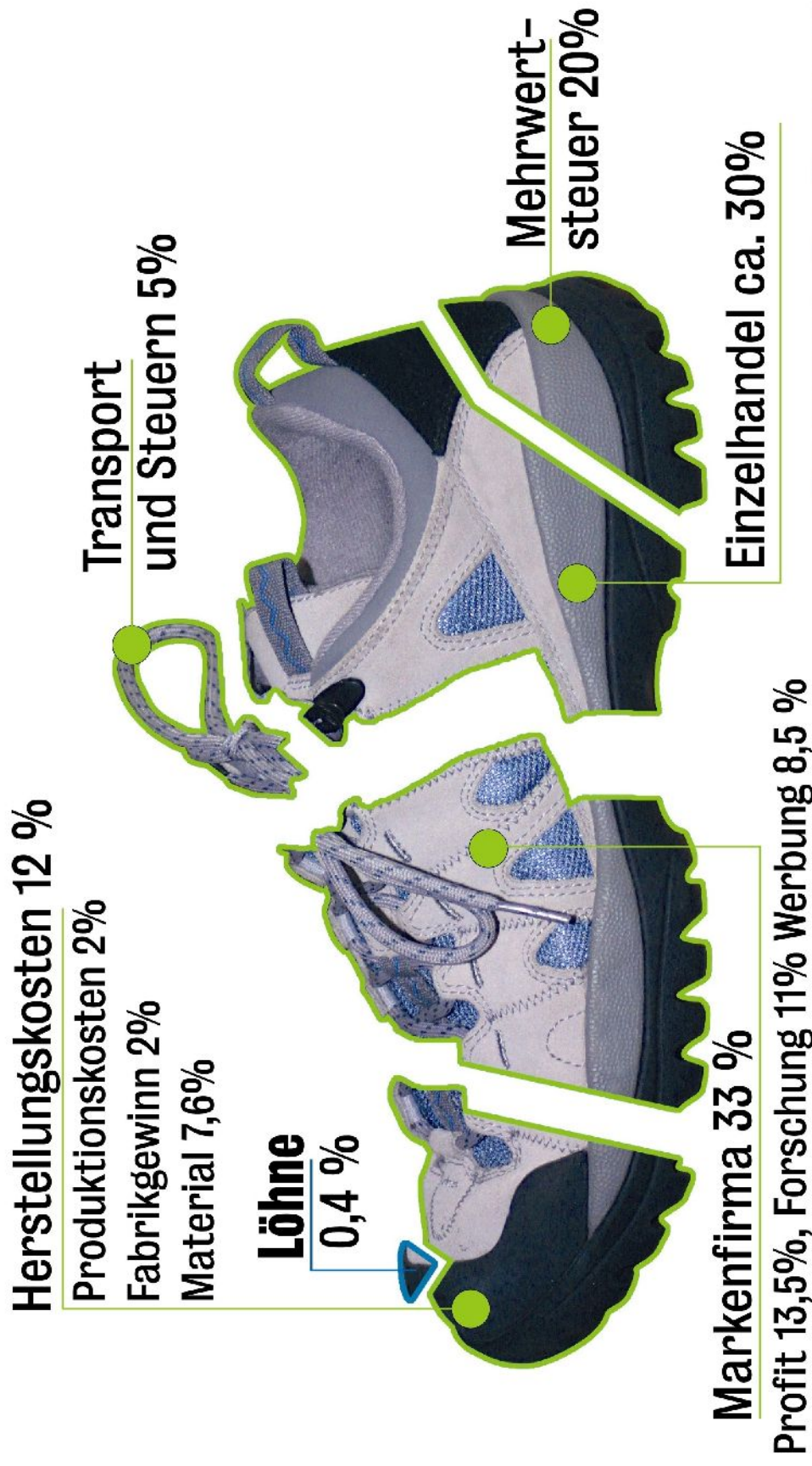
Die Clean Clothes Campaign (CCC) - Kampagne für Saubere Kleidung vorstellen.

O gewinnt

Weiterführende Aktionsvorschläge (10 min)

Was können wir tun? Möglichkeiten der aktiven Beteiligung an der CCC, Sammlung von Beispielen und Ideen (Mitmachaktionen, Protestunterwäsche, Presseartikel, Flashmob organisieren, Konsumkritischer Stadtrundgang...). Planung von weiterführenden Aktivitäten...

Wer bekommt die 100,- Euro für meine Sportschuhe?



Hintergrundinformationen

Globalisierung im Spiel - Produktionsländer in der Sportartikelindustrie

Von Pirmasens als das einstige deutsche Zentrum der Schuhbranche wissen Jugendliche nichts mehr. Sportbekleidung und -schuhe werden heute vor allem in Asien, Lateinamerika und Afrika hergestellt (Kontinente auf der Weltkarte zeigen). Während noch vor wenigen Jahren v.a. in **Hongkong, Taiwan und Süd-Korea** produziert wurde, sind jetzt Bangladesch, Indonesien, China und Vietnam gefragt. In den letzten Jahren werden die Produktionsstätten auch nach **Ost-Europa** verlagert.

Auch die Artikel von Adidas werden mittlerweile fast ausnahmslos außerhalb Deutschlands hergestellt. Zwar hat der nach Nike größte Sportartikel-Hersteller der Welt seinen Firmensitz nach wie vor in Herzogenaurach, aber der Konzern arbeitet mit über 1.000 unabhängigen Zulieferern in 70 Ländern zusammen. Eine Vielzahl von ihnen befindet sich in den folgenden sechs Ländern: **China, Indien, Indonesien, Thailand, Türkei und Vietnam**. Auch **Brasilien** spielt noch eine größere Rolle. Adidas ist aber kein Sonderfall. Fast 80 Prozent der Laufschuhe des amerikanischen Marktes z.B. werden in Südost-China produziert. Als Hochburg der weltweiten Laufschuh-Herstellung gilt die Provinz Guangdong. Nahezu 100 Millionen Menschen leben und arbeiten dort.

Input zum Thema Kosten bei der Produktion von Laufschuhen

Die folgende Grafik aus dem Jahr 2004 stammt von Clean Clothes Österreich. Deshalb beträgt der Mehrwertsteuersatz 20% anstelle von 19%.

Wer bekommt die 100,- Euro für meine Sportschuhe?



Kommt nicht in die Tüte! - Rahmenbedingungen in der Sportartikelproduktion

Südafrika, das Land der Fußball-WM, war lange Zeit ein gefragter Standort für die Herstellung von Sportbekleidung, doch mittlerweile sind die Löhne hier nicht mehr konkurrenzfähig, obwohl es immer noch eine große Armut vor allem bei schwarzen Frauen gibt. Gefragt sind Länder, in denen Arbeitskräfte billig sind und Gewerkschaften wenig Einfluss haben. Durch die Liberalisierung der Märkte ist die Verlagerung der Produktion in solche Billiglohnländer und in sogenannte „sweatshops“ in den Freihandelszonen möglich und lukrativ geworden. In diesen Zonen befinden sich jeweils mehrere Fabriken, die hauptsächlich für den Weltmarkt produzieren. 70 bis 90 Prozent der Beschäftigten sind **junge Frauen im Alter von 18 bis 25 Jahren**.

Oft werden dabei Sozial- und Umweltstandards umgangen. Die Textilindustrie ist bekannt für ihre schlechten Arbeitsbedingungen. Arbeitswochen von **mehr als 70 Stunden, geringe Löhne und Entlassungen wegen Gewerkschaftsangehörigkeit** sind keine Seltenheit. Die

Lohnkosten betragen nur einen geringen Prozentsatz des Preises eines Kleidungsstücks, was in keinem Verhältnis zu den Werbeausgaben der großen Marken und ihren Gewinnen steht. In El Salvador beispielsweise nähmen ArbeiterInnen für 80 Cent in der Stunde - ein Lohn, der nicht einmal die Hälfte der Summe deckt, die nötig wäre, um die Grundbedürfnisse einer Familie zu decken.

Andererseits gibt es gerade auch bei den großen deutschen Sportartikelherstellern, allen voran **bei Adidas Bemühungen, die Produktion nachhaltiger zu gestalten**. Für seine Beschaffungskette hat der Konzern einen eigenen Verhaltenskodex entwickelt, um Arbeitsbedingungen fairer, gesunder und sicherer zu gestalten. Verschiedene Organisationen bestätigen dem Konzern ein positives Sozial- und Umweltengagement. Den Ethiktest bei Laufschuhen hat Adidas 2009 gewonnen. „Laufschuhe, die unter einwandfreien sozialen, ökologischen und politischen Bedingungen produziert werden, gibt es aber nicht. Adidas ist bei weitem nicht "der beste" Hersteller, sondern jener, der die Kriterien am wenigsten schlecht erfüllt hat“, kommentiert greenpeace Österreich den Ethiktest. 2009 wurde die adidas AG zum 10. Mal in Folge in den Dow Jones Sustainability Index (DJSI) aufgenommen und in der Kategorie „Bekleidung, Accessoires und Schuhe“ sogar als Branchenführer eingestuft. Der DJSI ist der erste globale Aktienindex, der die Sozial-, Umwelt- und Finanzleistungen von weltweit führenden Unternehmen analysiert und bewertet. Da der adidas Konzern den Großteil der Produktion ausgelagert hat und über eine sehr vielschichtige externe Beschaffungskette verfügt, wird der Umgang mit den Zulieferern von verschiedenen stakeholdern sehr kritisch beobachtet..

Fair p(l)ay – Akteure, Herausforderungen, Möglichkeiten

Die weltweite Sportartikelproduktion in einer globalisierten Welt ist ein komplexes Thema mit vielen Akteuren, unterschiedlichen Prioritäten und Herausforderungen sowie gegenseitigen Abhängigkeiten. Deshalb gibt es keine einfachen und schnellen Lösungen für eine nachhaltige Entwicklung. Um Ursachen und Symptome verstehen und bewerten zu können, lohnt es sich deshalb das Thema aus verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten und sich in die Lebenswelt der unterschiedlichen Akteure hineinzudenken. Auch wenn dies im Rahmen eines szenischen Spiels sicher umfassend möglich ist, so sollen sich die Jugendlichen zumindest bewusst werden, dass es nicht nur um Konzerne und Näherinnen geht. Die gesamte Beschaffungskette mit DesignerInnen, Zulieferbetrieben, Einkäufern, Mitbewerber, Beschäftigten, Gewerkschaftsvertretern, Nicht-Regierungsorganisationen spielen bei der Einführung von sozialen und ökologischen Mindeststandards eine Rolle. Die operativen Tätigkeiten von größeren Unternehmen stehen aber immer auch in Wechselwirkung mit der Gesellschaft. Wenn es um das Image geht, sind z.B. Analysten sozialverantwortlicher Investmentfonds, Verbraucher- und Medienanfragen und alle anderen Stakeholder (das sind Organisationen, Gruppen und Einzelpersonen, deren Interessen mit den Konzerninteressen verknüpft sind) relevant. Auch Mitbewerber um Marktanteile können im Hinblick auf die Einführung von Umwelt- und Sozialstandards sowohl hemmende (Konkurrenzdruck) als auch förderliche Wechselwirkungen auslösen, etwa wenn die Zusammenarbeit mit anderen Markenunternehmen in gemeinsamen Initiativen ansteht. Gegenseitige Abhängigkeiten werden z.B. spürbar, wenn Imageverluste zu sinkenden Umsatzzahlen führen, Boykottaufrufe Arbeitsplätze gefährden, das Prämiensystem bei Einkäufern der Einführung von Mindeststandards entgegenwirkt oder strenge Auflagen zu gefälschten Angaben bei den Zulieferbetrieben führen.

Wie alle globalen Unternehmen sind auch die Sportartikelhersteller einem vielfältigen wirtschaftlichen und wettbewerbsbezogenen Druck ausgesetzt. Manager und Konzernleitung sind verantwortlich für ständiges Wachstum und höhere Gewinne. Sie sind den Aktionären Rechenschaft schuldig und tragen Verantwortung für die Arbeitsplätze im eigenen Unternehmen sowie gegenüber den Beschäftigten in den Zulieferbetrieben und gegenüber der Umwelt. Bisher ist eine nachhaltige Firmenstrategie noch eine freiwillige Leistung, die sich allerdings auf das Image der Firma hierzulande und damit auf das Käuferverhalten hierzulande auswirkt. Für Verbraucher/innen und Nichtregierungsorganisationen gibt es deshalb durch-

aus Möglichkeiten, an einer gerechten Gestaltung der Globalisierung mitzuwirken. Eine solche Nichtregierungsorganisation ist die „Clean Clothes Campaign“, die auch vom Bundesverband der Katholischen Landjugend unterstützt wird

Input: Clean Clothes – die Kampagne für faire Arbeitsbedingungen weltweit

Da Globalisierung nicht rückgängig gemacht werden kann, gilt es – auch durch Konsumentenmacht – diese Entwicklung sozial gerecht, ökologisch tragfähig und wirtschaftlich sinnvoll zu gestalten. Eine Bewegung, die sich gerade auch im Sportartikelbereich dafür einsetzt, ist die „clean clothes campaign (CCC)“ also die Kampagne für „saubere“ Kleidung.

Die Clean Clothes – Kampagne wurde 1990 in den Niederlanden ins Leben gerufen. Seitdem haben sich elf europäische Länder der Kampagne angeschlossen. Die CCC will mit Aktionen von KonsumentInnen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Bekleidungs- und Sportartikelindustrie weltweit beitragen. Die Kampagne agiert nicht gegen eine bestimmte Marke oder Firma, da den meisten Textilfirmen Arbeitsrechtsverletzungen vorzuwerfen sind und es auch nicht darum geht durch Boykott die Arbeitsplätze in den Produktionsländern zu gefährden.

Auch der Kauf von No-Name-Produkten wird nicht als echte Alternative gesehen, da diese Firmen im Gegensatz zu den Markenartikelfirmen nicht so sehr auf ihr gutes Image bedacht sind. Sie sind daher dem öffentlichen Druck nicht so stark ausgesetzt und müssen auf diesen auch nicht reagieren um z.B. guten Willen und Transparenz zu signalisieren. Die Kampagne will also weiter Druck auf die Unternehmen ausüben, damit diese faire Arbeitsbedingungen bei ihren Zulieferbetrieben durchsetzen. Dass dieser Druck sehr wohl etwas bewirkt, zeigt z.B. die Tatsache, dass sich bereits einige Firmen zu einer unabhängigen Kontrolle in Zusammenarbeit mit der Clean Clothes - Kampagne entschlossen haben. Jüngstes Beispiel: Hess Natur, der größte deutsche Naturtextilversand.

Weiterführende Aktionsvorschläge

Auf den Internet-Seiten der Kampagne für saubere Kleidung gibt es eine Reihe von Angeboten zum Mitmachen.

http://www.saubere-kleidung.de/ccc-30_mitmachen/ccc-30_mitmachen.html

Quellen und Links:

Handelsblatt 10.6.2009: Adidas hofft durch WM 2010 auf neue Rekorde http://www.handelsblatt.com/unternehmen/_b=2346202_p=5_t=ftprint.doc_page=0:printpage

Herstellerliste des adidas Konzerns (Stand: Juli 2009)

http://www.adidas-group.com/de/sustainability/assets/factory_list/2009_July_Factory_List.pdf

Ingeborg Wick | Soziale Folgen des liberalisierten Weltmarkts für Textil und Bekleidung - Eine Studie im Auftrag der Otto Brenner Stiftung (Dez. 2009)

http://www.suedwind-institut.de/Odt_sw-start-fs.htm

Arbeitsbedingungen in der Bekleidungs- und Sportartikelindustrie (Greenpeace Austria, 2009, Quelle: clean clothes)

<http://www.1000000taten.greenpeace.at/4840.html>

Ethiktest Laufschuhe mit Grafik (leider schon von 2003)

<http://www.1000000taten.greenpeace.at/1206.html>

Ethik-Test Sportschuhe 2009

<http://www.cleanclothes.at/start.asp?ID=8931&b=1017>

Weitere Angaben zum Ethik-Test Laufschuhhersteller. Konsument 6/2009 <http://www.konsument.at/cs/Satellite?pagename=Konsument/MagazinArtikel/Detail&cid=318858347064>

In naher Zukunft sollen BROOKS Laufschuhe komplett aus biologisch abbaubaren Materialien bestehen.

http://www.brooksrunning.at/396024/527/at/Brooks_Backstage.html

Ethik-Test Fußbälle 2006 unter

www.konsument.at

adidas Konzern unter den 100 nachhaltigsten Unternehmen weltweit

http://www.adidas-group.com/de/sustainability/awards_and_recognition/default.aspx

Adidas Verhaltenskodex ('Workplace Standards')

http://www.adidas-group.com/de/sustainability/suppliers_and_workers/default.aspx

Von CCC erstelltes Firmenprofil von Adidas

http://www.saubere-kleidung.de/ccc-20_unternehmen/ccc-25-01_fp_adidas.html

Christliche Initiative Romero e.V.: Der Hermosa-Skandal

http://www.ci-romero.de/ccc_adidas_hv_09/

Die Arbeit, die hinter dem Label steckt... (Rollenspiel ab 15 Jahren, Dauer 2 h) http://doku.-cac.at/kaufkraft_ist_macht_lerneinheit.pdf

Die internationale CCC

http://www.saubere-kleidung.de/ccc-05_zur-ccc-int.html

Geschichte, Aktivitäten und Kritik zur Kampagne für saubere Kleidung

http://de.wikipedia.org/wiki/Kampagne_f%C3%BCr_Saubere_Kleidung

Unterstützer der CCC

http://www.saubere-kleidung.de/ccc-80_service/ccc-83_service_links.html

KLJB News-Liste 07.09.09: Mit Aktien für Saubere Kleidung

[http://www.kljb.org/bund-v4.1.1/index.php?](http://www.kljb.org/bund-v4.1.1/index.php?id=80&tx_ttnews[pointer]=6&tx_ttnews[tt_news]=356&tx_ttnews[backPid]=81&cHash=37a74cd4fa)

[id=80&tx_ttnews\[pointer\]=6&tx_ttnews\[tt_news\]=356&tx_ttnews\[backPid\]=81&cHash=37a74cd4fa](http://www.kljb.org/bund-v4.1.1/index.php?id=80&tx_ttnews[pointer]=6&tx_ttnews[tt_news]=356&tx_ttnews[backPid]=81&cHash=37a74cd4fa)

"Try Arm" Protestunterhosen von entlassenen Näherinnen aus Thailand

<http://www.cleanclothes.at/start.asp?ID=231417>

Mein Style. Meine Verantwortung. Aktivitäten von clean clothes Österreich <http://www.cleanclothes.at/>