

Verschleierte Lieferanten

Textilien Bei maroden Subunternehmen wird Kleidung für Hersteller wie Puma gefertigt. Diese Praxis ist in der Branche weit verbreitet.

Marta Garcia ist Büglerin in einer Fabrik in San Salvador. Sie plättet T-Shirts für den Sportartikelhersteller Puma aus Herzogenaurach, 400 Stück am Tag. Wenn die Quoten nicht erfüllt werden, fangen die Vorarbeiter an zu schreien und drohen mit Entlassungen.

Vor einigen Wochen verbrannte sich Marta Garcia an einem offenen Kabel den Arm. „Als ich mit der Wunde zur Vorarbeiterin ging, hieß es nur: weiterarbeiten.“

Mehrfach schon waren Inspektoren des Arbeitsministeriums in der 30 Jahre alten Fabrik Industrias Florenzi. Mal war das Trinkwasser verdreckt, mitunter schossen Stichflammen aus porösen Kabeln wie erst vor wenigen Tagen. Als im Frühjahr die Puma-Aufträge kamen, erhöhte sich der Druck: „Im Moment dürfen wir häufig nicht mal zur Toilette gehen“, berichtet eine Kollegin von Garcia.

Die Fabrik Florenzi, so ein Puma-Sprecher, sei von den Herzogenaurachern als Zulieferer nicht autorisiert worden. Florenzi bekam die Aufträge auch nicht direkt von Puma. Ein offizieller Puma-Zulieferer in El Salvador hatte die Order einfach weitergereicht. „Auf diese Weise entsteht ein Zwei-Klassen-Produktionssystem“, sagt Maik Pflaum von der Christlichen Initiative Romero, einem der Träger der „Kampagne für Saubere Kleidung“. Vorzeigbare A-Zulieferer griffen auf prekäre Sublieferanten zu, die noch billiger seien und eine günstige Gesamtkalkulation ermöglichen.

Diese fragwürdige Arbeitsteilung ist in der Branche weit verbreitet. Oft gehen Aufträge durch die Hände von Agenten und enden in Fabriken, die das auftraggebende Unternehmen nicht kennt. Die deutsche Billigkette Takko musste 2012 einräumen, dass Teile ihrer Jacken in chinesischen Gefängnissen gefertigt worden waren. Bei Karstadt etwa, erklärte deren Nachhaltigkeitsbeauftragte vor einiger Zeit, kennt man viele der rund 25 000 Lieferanten gar nicht. Hersteller wie Adidas und Puma, die in Nachhaltigkeits-Rankings vorn liegen, veröffentlichen immerhin eine Liste ihrer Lieferanten. Produziert wird dennoch teilweise woanders: Adidas etwa ließ in Indonesien Schuhe bei einer



Produktion für Puma in El Salvador: Stichflammen aus porösen Kabeln

fragwürdigen Tochterfirma eines lizenzierten WM-Zulieferers fertigen.

Vergangene Woche erwischte es die unter Teenagern beliebte irische Billigkette Primark: Britische Kundinnen hatten in ihrer Primark-Ware eingnähte Zettel mit Hilferufen chinesischer Arbeiter gefunden, die angeblich „bis zur Erschöpfung“ hatten schufteln müssen. Primark zweifelt die Echtheit der Zettel an und spricht von „Fälschungen“. Teils sei die Ware aus dem Jahr 2009, hieß es. Auf Gefängnisarbeit habe man keinen Hinweis.

Die Wege der Ausbeutung jedoch sind verschlungen. Auch Primark arbeitet mit Agenten, die nur erfolgreich sein können, wenn sie Dumpingpreise erzwingen. Zwar geben die Iren vor, sich um das Thema existenzsichernde Löhne zu kümmern, doch angesichts ihrer Kampfpreise sind Zweifel angebracht. Nicht mal 25 Cent pro T-Shirt würde es Primark kosten, um auf halbwegs menschenwürdige Löhne zu kommen, errechnete die Kampagne für Saubere Kleidung.

Zum weltweiten Heer der Billiglöhner gehören auch die Schneiderinnen in San Salvador. 202,80 US-Dollar beträgt der gesetzliche Mindestlohn in der Branche, weniger als in China – und deutlich unter dem erweiterten Grundwarenkorb von 763 Dollar, den die Regierung El Salvadors 2009 veröffentlichte. In den vergangenen Monaten kamen viele Arbeiterinnen allerdings nicht mal auf den mageren Mindestlohn. Manche wurden beim Arzt abgewiesen, weil der Fabrikbesitzer keine Sozialversicherungsbeiträge gezahlt haben soll.

Die Frage von Unternehmensverantwortung hat bei vielen Firmen hektische Be-

triebsamkeit ausgelöst. Zahllose Initiativen geben vor, das Problem des prekären Ursprungs der Ware lösen zu wollen. Sie tragen Namen wie „H&M Conscious“ oder „wortundtat“. Unter dem Label „Puma.Peace“ versuchen die Herzogenauracher mit den Mitteln des Videoclips auf eine bessere, friedlichere Welt hinzuwirken. Die wenigen aussagekräftigen Zertifikate wie etwa das der Fair Wear Foundation allerdings sind von der Branche weitgehend ignoriert worden.

„Die meisten dieser Kampagnen“, so Aktivist Maik Pflaum, „sind Kosmetik, um strengere Gesetze zur Unternehmenshaftung zu verhindern.“ Darin allerdings war die Branche bisher erfolgreich: Bis heute setzt die Bundesregierung auf die Selbstverpflichtung der Firmen. Offenlegungspflicht zu Umwelt- und Sozialstandards lehnte sie bisher ab. Ein vom Entwicklungsministerium geplantes Textilsiegel lässt auf sich warten.

Die Gerichte bewerten manche Versprechen der Industrie inzwischen als Verbrauchertäuschung. Lidl etwa darf nicht mehr mit „fairen Arbeitsbedingungen“ werben. Dem französischen Einzelhändler Auchan, der höchst ethisch auftrat, aber im kollabierten Rana-Plaza-Komplex in Dhaka fertigen ließ, könnte Ähnliches drohen.

Und Puma? Verspricht zwar, mit seinen Nachhaltigkeitskampagnen die Welt zu verbessern – aber nicht den maroden Subzulieferer in El Salvador. Nach der Anfrage des SPIEGEL beendete der Konzern die Zusammenarbeit mit der Fabrik Florenzi.

Nils Klawitter