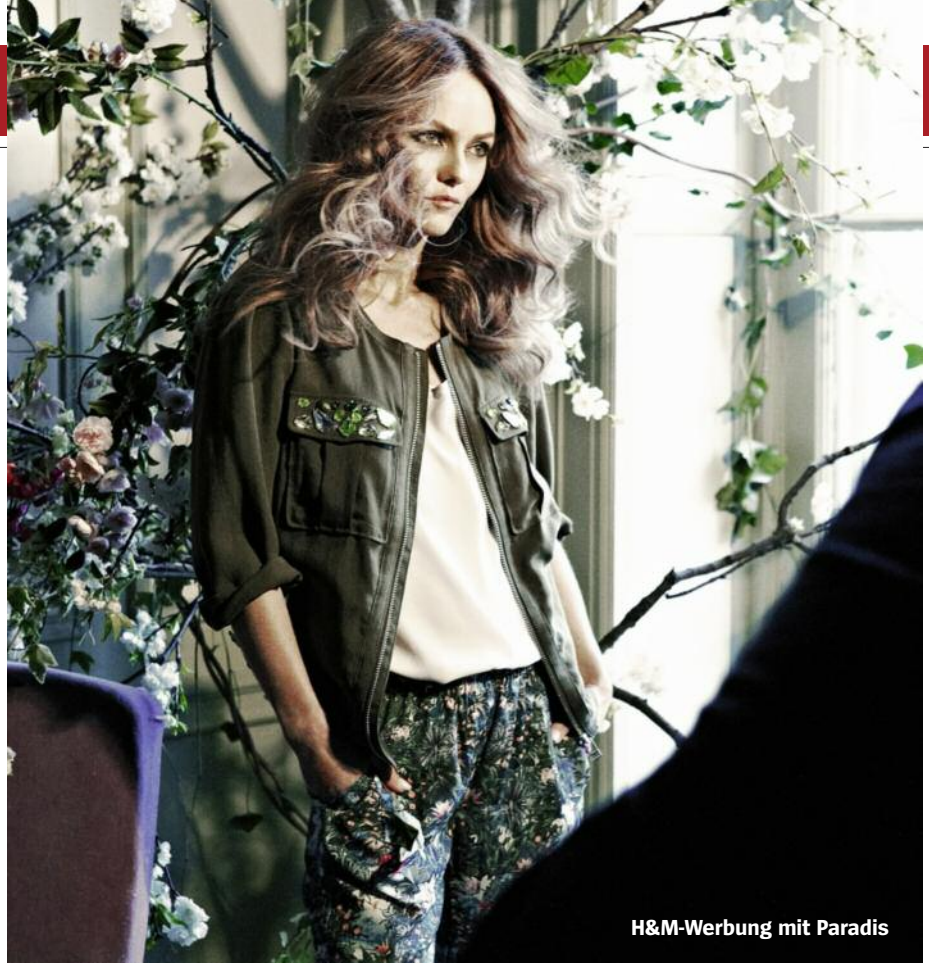
KONZERNE

Staatsanwaltschaft prüft Beitz-Flüge

Der ThyssenKrupp-Konzern bekommt es jetzt auch noch mit der Staatsanwaltschaft in Essen zu tun. Nachdem das Unternehmen wegen unerlaubter Preisabsprachen beim Geschäft mit Rolltreppen, Bahnschienen und Aufzügen im Visier der Kartellbehörden stand, wollen die Staatsanwälte am Konzernsitz in Essen die Geschäftspraktiken des Unternehmens näher durchleuchten. Es geht um die Nutzung des firmeneigenen Flugzeugs, einer Falcon 2000, durch den Vorsitzenden der Krupp-Stiftung, Berthold Beitz. Vergangene Woche war bekanntgeworden, dass Beitz die Maschine häufiger zu Privatzwecken nutzte. Mal soll es zur Jagd nach Österreich gegangen sein, mal zur Sommerresidenz auf Sylt. Der Konzern rechnete die Kosten – 4000 Euro pro Stunde – über das Vorstandsbüro ab und machte sie steuerlich geltend. Die Staatsanwaltschaft Essen hat nun Vorermittlungen eingeleitet, um zu prüfen, „ob der Sachverhalt steuerstrafrechtlich relevant“ ist und „gegebenenfalls Rechtsfragen, Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten abzuklären“ sind. ThyssenKrupp hatte die Flüge damit gerechtfertigt, dass der 99-jährige Beitz Ehrenvorsitzender des Aufsichtsrats ist und „aufgrund seiner herausragenden Position und seiner Lebensleistung immer auch Repräsentant und Botschafter des Unternehmens“ sei. Die Überprüfung durch die Essener Staatsanwaltschaft kann nach Aussagen einer Sprecherin mehrere Monate dauern. Dann erst kann entschieden werden, ob und gegen wen ein Ermittlungsverfahren eingeleitet wird.

INA FASSBENDER / REUTERS

Beitz



H&M-Werbung mit Paradis

TEXTILINDUSTRIE

„Verhöhnung der Näherinnen“

ACTION PRESS

Gisela Burckhardt, 62, Textilexpertin von der Kampagne für Saubere Kleidung (CCC), über den Textilriesen H&M und dessen Verständnis von Nachhaltigkeit

SPIEGEL: Die Schauspielerin Vanessa Paradis wirbt für die neue „Conscious collection“ von H&M. Sie kontern mit einer europaweiten Parodie. Was missfällt Ihnen an der Reklame?

Burckhardt: Die Werbekampagne steht in krassem Gegensatz zur Realität in Asiens Textilfabriken. Allein in Kambodscha sind seit 2010 rund 2900 Näherinnen bewusstlos zusammengeklappt – was auf Englisch „unconscious“ heißt. Mehrere hundert davon arbeiteten in H&M-Zulieferbetrieben. Sie verdienen nicht mal genug, um richtig essen zu können.

SPIEGEL: H&M-Chef Karl-Johan Persson behauptet, dass alles, was seine Kunden kaufen, mit Rücksicht auf Mensch und Umwelt hergestellt werde.

Burckhardt: Das ist eine Verhöhnung der Näherinnen, deren Monatslohn zum Beispiel in Kambodscha bei 75 Dollar liegt. Um einigermaßen von ihrem Gehalt leben zu können, müssten sie das Doppelte verdienen.

SPIEGEL: H&M wirbt auch damit, 570 821 Textilarbeiter in Bangladesch über ihre Rechte unterrichtet zu haben.

Burckhardt: Da werden Filmchen gezeigt und Flyer verteilt – aber wenn die Arbeiterinnen wie im jüngsten Brandfall in Bangladesch auf Gefahren hinweisen, heißt es nur: Kümmert euch nicht darum, und arbeitet weiter! Wenn H&M die Näherinnen ernst nähme, müsste der Konzern zum Beispiel sofort die Gründung von Gewerkschaften bei seinen Lieferanten einfordern.

SPIEGEL: Das heißt, die ganze Kampagne ist nichts als ein grünes Deckmäntelchen, sogenanntes Greenwashing?

Burckhardt: Sie hat auf jeden Fall wenig mit Nachhaltigkeit zu tun. Wenn ein Konzern, der zuletzt über zwei Milliarden Euro Gewinn gemacht hat, seine eigenen Vorsätze ernst nimmt – warum lehnt er es dann ab, den Näherinnen höhere Gehälter zu zahlen? Zumal der Lohnanteil bei einem Kleidungsstück bei maximal drei Prozent liegt? Immerhin hat H&M jetzt zum ersten Mal eine komplette Lieferantenliste veröffentlicht. Das ist ein Schritt in die richtige Richtung.