

28.04.2004 - 09:35 Uhr

Pressekonferenz von Clean Clothes Campaign (CCC), Erklärung von Bern (EvB) und Schweizerischem Gewerkschaftsbund (SGB) Notwendigkeit eines Aktionsplans für die Sportbekleidungsindustrie

Bern (ots) -

Faire Arbeitsbedingungen in der Sportbekleidungsindustrie sind so selten wie der Weltrekord im Weitsprung. Ein branchenweiter Aktionsplan, angeführt von der olympischen Bewegung und dem Internationalen Olympischen Komitee (IOK), könnte den Weg in Richtung Fairplay weisen. Das forderten die Clean Clothes Campaign, die Erklärung von Bern und der Schweizerische Gewerkschaftsbund heute an ihrer gemeinsamen Medienkonferenz in Bern.

Der Weg zu fair produzierter Sportbekleidung ist so lang und beschwerlich, wie der olympische Marathon. Entgegen den Versprechen der Werbung, wonach uns beispielsweise Laufschuhe wie auf Wolken über die 42,195 Kilometer tragen sollten, steckt die Sportbekleidungsbranche insgesamt noch tief im Sumpf von Willkür und Gesetzlosigkeit. Das belegt der Bericht «Play Fair bei Olympia», der zum Start der Olympia-Kampagne von der Clean Clothes Campaign, von Oxfam International sowie dem gewerkschaftlichen Netzwerk Global Unions vorgelegt wurde. Hungerlöhne, erzwungene Überstunden, Geldbussen für Produktionsfehler und Entlassungen von Gewerkschaftsmitgliedern gehören zum unfairen Fabrikalltag, zitierte Jean-Claude Prince vom SGB heute an der Medienorientierung in Bern den Bericht.

Ohne öffentlichen Druck läuft nichts! Jene Unternehmen, die der öffentlichen Kritik der letzten Jahre am stärksten ausgesetzt waren, haben erste Schritte hin zu besseren Arbeitsbedingungen unternommen. Nach jahrelanger Kampagnenarbeit willigte im Januar 2004 auch Puma ein, diese Probleme im Rahmen der Fair Labour Organisation (FLA) anzupacken, so wie dies zuvor auch die drei Marktführer Nike, Adidas und Reebok taten. Verglichen mit dem olympischen Marathon ist Puma aber erst auf Kilometer 1. Bei weniger bekannten Markenfirmen wie Mizuno, Asics, Fila, Kappa oder Lotto ist noch weniger oder noch gar nichts geschehen. Mit aggressivem Marketing beschleunigen diese den Verdrängungswettbewerb. Die Preise für Sportbekleidung sind im Ankauf in den letzten Jahren weiter gesunken, obwohl die Produktionskosten steigen. Dieser Preiswettbewerb fand auf dem Buckel der Beschäftigten statt, stellt Stefan Indermühle von der EvB fest. Das Sozialdumping eines Unternehmens untergräbt zudem die guten Bemühungen der anderen.

Forderung nach einem branchenweiten Aktionsplan: von Athen nach Beijing! Deshalb soll die olympische Bewegung, allen voran das Internationale Olympische Komitee (IOK), ernsthafte Schritte für faire Arbeitsbedingungen in den Sportbekleidungsfabriken unternehmen. Dies wäre ganz einfach möglich, indem sie die Lizenz- und Sponsoringverträge änderten. Bisher haben die olympischen Verbände diesen Skandal in inakzeptabler Weise ignoriert. Fairplay galt nicht als Voraussetzung, weder für Athen-2004-Sponsoren (z.B.

Adidas), noch für den Produzenten der Olympia-Uniformen (Mizuno) oder die unzähligen Lizenznehmer von Olympia-Artikeln. Wenn das IOK den Weg weist, werden auch die nationalen Komitees und die Sportfirmen folgen. Die Marketingartikel für Athen 2004 sind weitgehend produziert. Im Hinblick auf die Olympiade in Beijing 2008 sollte jetzt ein branchenweiter Aktionsplan formuliert werden. Unterstützung erhielt die Olympia-Kampagne nun auch vom Europäischen Parlament. Am Donnerstag, 22. April 2004 nahm dieses bei einer Sitzung in Straßburg eine Resolution an und rief die Europäische Kommission auf, mit der ILO zusammenzuarbeiten, um das IOK zu überzeugen, die international anerkannten Arbeitsrechte in die Olympia-Charta aufzunehmen. Es forderte die Branche (IOK, WFSGI, Unternehmen) eindringlich auf, "Verhandlungen zur branchenweiten Durchsetzung der Arbeitsstandards der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO)" aufzunehmen. Die Organisationen aus Entwicklungspolitik, Konsumentenschutz, dem fairen Handel sowie Gewerkschaften und Jugendverbände, welche die Olympia-Kampagne mitunterstützen, sind überzeugt, dass - wenn die Zusammenarbeit des IOK, der Markenfirmen und der Internationalen Arbeitsorganisation ILO gelänge die Probleme überwunden werden können. Gemeinsam rufen sie dazu auf, als Gruppe oder als Einzelperson den Olympia-Appell zu unterzeichnen (siehe unter: www.evb.ch).

Bildmaterial und weitere Berichte für die Medien unter:
www.evb.ch

Auskünfte:

Stefan Indermühle, EvB, Tel.: 01 277 70 00, Mail: ccc@evb.ch

Jean-Claude Prince, USS, Tél.: 079 689 45 84, Mail: jean-claude.prince@sgb.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100003695/100474203> abgerufen werden.