

Case study

Clean Clothes Campaign



Improving working conditions in the global garment industry



Mit neuen Akteuren
für andere Unternehmenspraktiken
in globalen Lieferketten von Bekleidung

von

Bettina Musiolek



im Auftrag des Instituts für Gesellschaftsanalyse der

ROSA LUXEMBURG STIFTUNG

August 2011

Case Study CLEAN CLOTHES CAMPAIGN –

Mit neuen Akteuren
für andere Unternehmenspraktiken
in globalen Lieferketten von Bekleidung

Autorin:

Bettina Musiolek, Dr. oec., recherchiert und publiziert zu sozioökonomischen Dimensionen der Globalisierung, konzipiert und organisiert Veranstaltungen mit besonderem Blick auf den Osten und Westen Deutschlands und Europas. Sie gründete 2010 das Ostwind-Institut für Unternehmensverantwortung, Gute Arbeit und Nachhaltigkeit. Seit 1993 ist sie in den internationalen und nationalen Netzwerken der Clean Clothes Campaign ehrenamtlich und projektbezogen tätig. Ihr Schwerpunkt liegt in Recherche und Vernetzung in Osteuropa und der Türkei.

ostwind-institut@email.de

Kontext der Studie:

Die Studie entstand innerhalb eines von der Rosa-Luxemburg-Stiftung, Institut für Gesellschaftsanalyse, initiierten Arbeitsprozesses, der ausgehend von der Analyse heutiger praktischer Erfahrungen ergründen soll, unter welchen Bedingungen auch im Heute emanzipatorische Veränderungsprozesse eingeleitet werden können. Leitfaden und Fragenkatalog sind der Studie vorgegeben.

Projektbeschreibung

Die Clean Clothes Campaign (CCC) ist eine Arbeitsrechts-Kampagne getragen von KonsumentInnen von Bekleidung in Solidarität mit deren ProduzentInnen.

Netzwerke von konfessionellen, Frauen-, Jugend-, Fairhandels-, VerbraucherInnen-, Entwicklungs- und gewerkschaftlichen Organisationen bilden die CCC-Plattformen in aktuell fünfzehn europäischen Ländern¹.

Dieses europaweite Kampagnen-Gewebe wird von einem internationalen PartnerInnen-Netzwerk aus Gewerkschaften, NROs und Einzelpersonen in Produktionsländern von Kleidung flankiert. Es umfasst nach CCC-Angaben ca. 250 Organisationen in Asien, Afrika, Osteuropa und Zentralamerika.

Schließlich arbeitet die CCC mit ähnlichen Kampagnen in den USA (z.B. Students Against Sweatshops USAS, International Labor Rights Fund ILRF), Kanada (bsw. Maquila Solidarity Network MSN) und Australien (z.B. FairWear, Oxfam Australia) sowie anderen Arbeitsrechts-Organisationen in Europa zusammen (Oxfam, internationale Gewerkschaftsverbände).

Tätigkeitsfelder

1. Dort, wo Bekleidung hergestellt wird, recherchiert die CCC mit Partnerinnen und Partnern vor Ort über die Arbeits- und Lebensbedingungen der Beschäftigten – in der überwiegenden Mehrheit Frauen. Dies geschieht anhand von grundlegenden Menschen- und Arbeitsrechten, deren reale Situation den Normen der nationalen und internationalen Gesetzesvorgaben gegenübergestellt wird. Auf der Grundlage dieser Recherchen publiziert die CCC Reports



(siehe <http://www.cleanclothes.org/resources/ccc/working-conditions>). In den Forschungsberichten wird der Zusammenhang zwischen Handelsfirmen in Westeuropa und den Bedingungen in Produktionsländern hergestellt und damit Druck auf die westeuropäischen Bekleidungshändler ausgeübt.

2. In den westeuropäischen Ländern, wo Bekleidung einschließlich Sportbekleidung vorrangig konsumiert und vermarktet wird, informiert sie VerbraucherInnen anhand der Reports und darauf aufbauender Kampagnen über die Herstellungsbedingungen. Sie mobilisiert BürgerInnen, damit diese Marken- und Handelsfirmen der Bekleidungsbranche auffordern, ihre Verantwortung für die Arbeitsbedingungen wahrzunehmen und sich ihrerseits bei ihren Lieferanten für die Einhaltung der Menschen- und Arbeitsrechte einzusetzen. (vgl. z.B. <http://www.cleanclothes.at/de/ueber-uns/aufgaben/>)

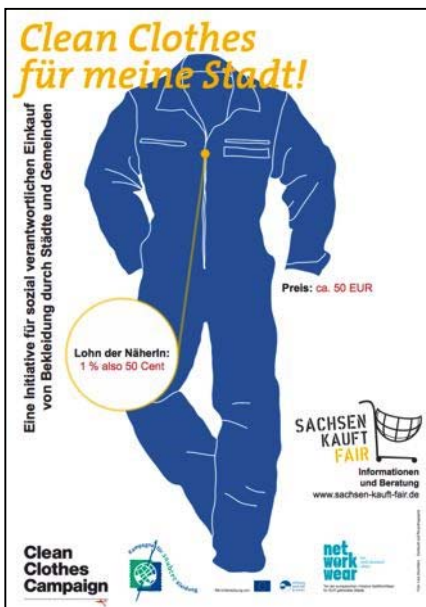


¹ Belgien (Nord und Süd), Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Spanien, Schweden, Schweiz

3. Gleichzeitig solidarisiert sich die CCC in so genannte Eilaktionen direkt mit PartnerInnen



an Produktionsstandorten in Fällen gravierender Rechtsverletzungen. Sie wendet sich dabei in Abstimmung mit den PartnerInnen an die westeuropäischen Auftraggeber der jeweiligen Lieferanten.²



4. Das Wirken im politischen Raum (Exekutive, Gesetzgebung, Parlamente) beschließt das Tätigkeitsspektrum der CCC. Es zielt zum einen auf die Verantwortung der öffentlichen Hand als Großkonsumentin, die durch politische Beschlüsse und Gesetze zu sozial bewusstem Kaufverhalten aufgefordert wird. Zum anderen werden neue Wege ausgelotet, die Verantwortung von international agierenden Unternehmen für die gesamte Lieferkette festzuschreiben und zu regulieren. Hier kooperiert die CCC stark mit nationalen und EU-weiten corporate-accountability-Netzwerken.



² <http://www.inkota.de/themen-kampagnen/soziale-verpflichtung-fuer-unternehmen/eilaktionen/>

Verweise auf vorliegende Analysen und Bewertungen

Besonders aufschlussreich für die Bewertung der Clean Clothes Campaign (CCC) sind die vorliegenden Wirkungsanalysen³. Es handelt sich meist um von der Kampagne beauftragte bzw. angeregte Arbeiten mit dem Ziel die Kampagnenstrategie weiterzuentwickeln. Infolge des sensitiven Inhalts bleiben sie meist intern. Darüber hinaus liegen der Studie veröffentlichte Darstellungen und Bewertungen zur CCC-Arbeit zugrunde. Insbesondere sind dies:

- Liesbeth Sluiter 2009: Clean Clothes: A Global Movement to End Sweatshops
- Merk, Jeroen 2005: The Play Fair at the Olympics Campaign: an evaluation of the company responses, Clean Clothes Campaign, ICFTU, Oxfam.
- Rimml, Barbara 2003: Labour conflicts in the world factories of the garment industry and International Solidarity Campaigns. An evaluation of the Clean Clothes Campaign's Urgent Appeals. Neue Berner Beiträge zur Soziologie



Darüber hinaus beziehen viele Studien wissenschaftlicher Einrichtungen die CCC in ihre Untersuchungen mit ein, die sich mit

- transnational labour-rights activism,
- Gender und Globalisierung, Gender und Arbeit,
- governance globaler Lieferketten und Produktionsnetzwerke, corporate accountability

beschäftigen. Dazu gehören UNRISD-Berichte oder Forschungsarbeiten des Institut für Entwicklung und Frieden INEF, der Harvard John F. Kennedy School of Government, des Institute of Development Studies (IDS) an der University of Sussex oder des Institute of Social Studies (ISS) an der Erasmus University Rotterdam. Die CCC ist insbesondere in Gestalt ihres Internationalen Sekretariats in Amsterdam mit diesen und anderen Institutionen im Dialog.

Schließlich analysieren auch politische (insbesondere der UN-Sonderbeauftragte für Menschenrechte und transnationale Unternehmen) und Förderinstitutionen wie die Europäische Kommission Aktivitäten der CCC. So gab EuropeAid eine externe Evaluierung ihres Programms „Democracy and Human Rights (EIDHR): Support to Human Rights Defenders“ in Auftrag, die eine individuelle Empfängerevaluierung enthält („CCC-summary“):

- Abigail Hansen 2010: report on the external evaluation of the European Instrument for Democracy and Human Rights (EIDHR): Support to Human Rights Defenders Worldwide; EuropeAid Co-operation Office – EuropeAID. http://ec.europa.eu/europeaid/what/human-rights/documents/final_public_report_en.pdf - 11.8.2011, 16:00
- Abigail Hansen 2010: CCC summary (not for publication).

³ Insbesondere das Internationale Sekretariat unternimmt daneben laufende Wirkungsanalysen von einzelnen Tätigkeitsfeldern wie bestimmten Eilaktionen, der „Better Bargain“-Kampagne gegen Discoun-ter oder der Kampagne für ein Verbot des Sandstrahlens. Analysen über nationale CCC-Plattformen liegen meines Wissens allein für die belgischen CCC-Plattformen vor. Aufgrund der eingeschränkten Aussagekraft wurden sie hier nicht einbezogen.

1. Was ist im Selbstverständnis der Akteure das Ziel des Projekts?

Seit ihrer Gründung in den Niederlanden im Jahre 1990 arbeitet die CCC auf eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen und ein Empowerment der ArbeiterInnen in der globalen Bekleidungsindustrie hin⁴.

Ihr Anliegen und ihre Strategie definiert sie in ihrem „Arbeitsverhaltenskodex“ (auch CCC-Kodex oder CCC-Charta genannt), der 1998 nach intensiver Diskussion im internationalen Netzwerk beschlossen wurde. Eingangs ihrer Charta benennt die CCC ihre Zielsetzungen:

„Die Kampagne für Saubere Kleidung (Clean Clothes Campaign) will die Interessen der ArbeitnehmerInnen in der Bekleidungs- und Sportkleidungsindustrie und die Anliegen der VerbraucherInnen, die durch diese Industrie produzierte und verkaufte Erzeugnisse kaufen, geltend machen. Die Kampagne will die Unterdrückung, die Ausbeutung und den Mißbrauch der ArbeitnehmerInnen in dieser Industrie, mehrheitlich handelt es sich um Frauen, beenden. Ferner will die Kampagne die VerbraucherInnen korrekt über die Arbeitsbedingungen, unter denen die von ihnen gekauften Waren hergestellt werden, informieren. Die Clean Clothes Campaign will diese Zielsetzung mit einer Reihe von Maßnahmen erreichen. Eine Zielsetzung ist ein von Unternehmen, Industrieverbänden und Arbeitgeberorganisationen anzunehmender und umzusetzender Arbeitsverhaltenskodex. Dieser Kodex ist eine kurze Aufstellung von Mindestarbeitsnormen. Die Unternehmen sollen sich mit ihrer Unterschrift dazu verpflichten, bei der Anwendung positive Maßnahmen zu ergreifen. Von den Unternehmen wird erwartet, daß sie bei all ihren Auftragnehmern, Lieferanten und Lizenz-Nehmern, die unter dem Anwendungsbereich dieses Kodex produzieren, auf das Einhalten des Kodex drängen.

Von Unternehmen, die den Kodex annehmen, wird erwartet, daß sie eine unabhängige Institution mit der Überprüfung der Einhaltung des Kodex beauftragen. Diese Institution soll u.a. die Unternehmen bei der Anwendung des Kodex unterstützen und die VerbraucherInnen über die Arbeitsbedingungen in der Industrie informieren.“

(Einführung – Zielsetzung des „CCC-Kodex - Arbeitsverhaltenskodex für die Bekleidungsindustrie einschließlich Sportbekleidung“ vom Februar 1998; www.saubere-kleidung.de/ccc-60_wir/ccc-64-00_kodex.html - 5.8.2011, 16:23)

In dieser Einführung werden die Hauptträger der Kampagne, VerbraucherInnen, und das entscheidende Zielobjekt definiert, Unternehmen, die Bekleidung herstellen, vertreiben und insbesondere solche die sie vermarkten.

Supply Chain Approach

Der Gültigkeitsbereich der unternehmerischen Selbstverpflichtung erstreckt sich CCC zufolge auf *alle* von der Vermarktungsfirma verkauften Bekleidungsprodukte sowie *alle* ArbeiterInnen, die jene vom Unternehmen verkauften Bekleidungsstücke herstellen. Sie beschränkt die Gültigkeit nicht auf Nischen oder Teile der Produktpalette bzw. nur die Beschäftigten, die im Unternehmen selbst arbeiten. Sie fordert erstmalig die Relevanz der gesamten Lieferkette bzw. Produktionskette einschließlich der Sub-Sub-Unternehmen und HeimarbeiterInnen an deren Ende.

⁴ Im Standardabspann der Emails von CCC-KoordinatorInnen liest sich dies so: „The Clean Clothes Campaign (CCC) works to improve conditions and support the empowerment of workers in the global garment industry.“

Katalog von Menschen- und Arbeitsrechten

Der CCC-Kodex fordert von Unternehmen die Einhaltung, Umsetzung und unabhängige Kontrolle dieser Standards:

- Das Verbot von Zwangsarbeit und Arbeit in Schuldknechtschaft (ILO Übereinkommen 29 and 105)
- Das Diskriminierungsverbot (ILO Übereinkommen 100 and 111)
- Das Verbot der Beschäftigung von Kindern unter 15 Jahren (ILO Übereinkommen 138 + 182)
- Die Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen (ILO Übereinkommen 87, 98, 135 and ILO Empfehlung 143)
- Wöchentliche Arbeitszeitbegrenzung von 48 Stunden und max. 12 freiwillige Überstunden (ILO Übereinkommen 1)
- Das Recht auf einen existenzsichernden Lohn („living wage“ - ILO Übereinkommen 26 und 131 und die Allgemeine Menschenrechtserklärung)
- Das Beschäftigungsverhältnis ist stabil und vertraglich geregelt.
- Bestmöglicher Arbeits- und Gesundheitsschutz (ILO Übereinkommen 155)

(vgl. http://www.saubere-kleidung.de/ccc-60_wir/ccc-64-00_kodex.html)

Die Auswahl des Normenkatalogs erfolgte im Dialog mit PartnerInnen in Produktionsländern. Während sich die meisten dieser Normen auf die Übereinkommen der ILO, insbesondere die so genannten Kernarbeitsnormen („Erklärung über grundlegende Prinzipien und Rechte bei der Arbeit“, ILO 1998) stützen, verweist die CCC beim Arbeitseinkommen auf die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte von 1948. ILO-Konventionen geben Hinweise für die Bestimmung eines Mindestlohnes, sie geben keine Definition eines existenzsichernden Lohns („living wage“).

2. Wer waren die InitiatorInnen des Projektes? Um welche Ziele, welche Motive und welche Interessen ging es?

Die Entstehungsgeschichte der CCC illustriert anschaulich Motive, Interessen und Herkunft der CCC-InitiatorInnen. Sie soll kurz skizziert werden⁵.

Im Jahre 1989 wurde eine Aussperrung in einer Bekleidungsfabrik auf den Philippinen zum Brennpunkt des Interesses verschiedener Gruppen, die in den Niederlanden und in England in der Solidaritätsbewegung aktiv waren. Aus heutiger Sicht handelte es sich um einen durchaus typischen Fall: Ein Auftragnehmer von C&A hatte einen Subunternehmer (IGMC). Die Arbeiterinnen bei IGMC in der Freien Exportzone von Bataan verlangten ihren gesetzlichen Mindestlohn und wurden dafür entlassen. Sie stellten einen Streikposten auf, den sie über ein Jahr hielten.

Zu jener Zeit wussten VerbraucherInnen nicht viel über die Bedingungen, unter denen Konsumprodukte hergestellt werden. Es war ‚News‘, dass Firmen wie C&A in fernen Ländern unter schlechten Bedingungen produzieren ließen, dass davon hauptsächlich Frauen betroffen waren und dass einige ‚Radikalinskis‘ eine Handelskette wie C&A für all dies verantwortlich machten. Denn was hatte C&A damit zu tun, was auf den Philippinen vor sich ging? Es war nicht C&A's Firma, nicht das Land, in dem C&A ansässig war, nicht seine Angestellten, kurz: nicht Sache von C&A. Öffentlichkeit und Unternehmen reagierten verständnislos. Das alles passierte lange bevor „Globalisierung“ zum Schlagwort wurde, vor PC-Boom und Internet. Es war inmitten einer Wirtschaftskrise, als den Leuten die Arbeitsbedingungen anderer Leute, noch dazu auf der anderen Seite des Erdballs, nicht gleichgültiger sein konnten. Zu diesem Desinteresse trug auch bei, dass es sich bei mindestens 80 Prozent der Beschäftigten in der Bekleidungsindustrie weltweit um Frauen und Mädchen handelt.

Als das öffentliche Verbrennen von Kleidern vor dem „Flagship“-Kaufhaus von C&A in Amsterdam zu Kämpfen zwischen AktivistInnen und der Polizei führte, traf C&A Maßnahmen, die eine Einigung mit IGMC herbeiführen sollten, wies aber öffentlich jegliche Verantwortung für die Ereignisse bei IGMC zurück. C&A ließ ein Flugblatt über 'saubere' Beschaffungsprinzipien drucken und verteilte es in all seinen holländischen Läden. Themen, die zu jener Zeit ausschließlich ein paar AkademikerInnen, einigen Radikalen und mehreren anti-imperialistischen Überresten aus den Siebzigern vorbehalten schienen, erfreuten sich plötzlich des anhaltenden Interesses der Medien: Frauenarbeit, internationale Arbeitsteilung und die Verantwortung transnationaler Konzerne.

Fortgesetzte Nachforschungen über C&A brachten neue Fälle von gravierenden Menschenrechtsverletzungen zum Vorschein – in Bangladesch, Indien und den ‚Sweatshops‘ der Niederlande. Die beteiligten Solidaritätsgruppen kümmerten sich um die Kommunikation mit ArbeiterInnenorganisationen vor Ort. Der erste Bericht der CCC wurde veröffentlicht: „C&A – the Silent Giant“. Ein nationaler Protesttag gegen die Praktiken von C&A wurde abgehalten.

Offensichtlich traf diese Initiative einen Nerv: der Kampf für eine „sozial saubere Kleidung“ stellte eine konkrete Möglichkeit dar, die damaligen politischen Forderungen von Frauen- und ArbeiterInnenorganisationen in den Billiglohnländern des Globalen Südens aufzugreifen und das Verhalten und die Politik der transnationalen Unternehmen und der Regierungen im Globalen Norden/Westen zu thematisieren.

Die IGMC-Arbeiterinnen erhielten nachträgliche Lohnzahlungen, doch die Hauptforderung, die Fabrik bei Zahlung von Mindestlöhnen wiederzueröffnen, wurde nicht erfüllt. Die Koalition in den Niederlanden entschied sich, weiterzumachen – die "Kampagne für sozial saubere Kleidung" war geboren – und auch ihre Kampagnenstrategie als Zusammenspiel

⁵ Die Darstellung erfolgt in Anlehnung an Ascoly, Nina, Bettina Musiolek and Ineke Zeldenrust 2000. Codes of Conduct and the Clean Clothes Campaign. in: Scherrer/Greven (eds.): Global Rules for Trade: Codes of Conduct, Social Labeling, Workers' Rights Clauses

von Recherche-Berichten⁶, Eilaktionen in Einzelfällen von Menschenrechtsverletzungen, langfristig angelegten Unternehmenskampagnen und Lobbyarbeit auf politischer Bühne.

Menschen aus Soli-Gruppen, Anti-IWF- und –Weltbank-Initiativen in Westeuropa fanden im Thema Bekleidung einen Kulminationspunkt vieler weltweiter Problemlagen: die Macht transnationaler Unternehmen und die Ohnmacht nationaler Regierungen, Umweltprobleme und die Benachteiligung von Frauen.

Doch es ging auch um das Wie des zivilgesellschaftlichen ‚Politikmachens‘. Viele sahen in dem Thema einen Weg, die demokratisch-zivilisatorische Macht der VerbraucherInnen als souveräne BürgerInnen – citoyen – zu entfalten, ohne auf die etablierten Pfade der politischen Machtausübung über politische Parteien angewiesen zu sein. Bekleidung und Mode war eine Angelegenheit, die alle anging und mit der viele Menschen angesprochen werden konnten.

In Deutschland rekrutierten sich die CCC-AktivistInnen aus einem vielfältigen, breiten organisationellen Spektrum wie beispielsweise den evangelischen Frauen, die in den 70er und 80er Jahren die Bewegung „kauft keine Früchte der Apartheid“ ins Leben gerufen und erfolgreich betrieben hatten. Auch aus verschiedensten linken und gewerkschaftlichen Gruppierungen kamen CCC-Engagierte.

Die Probleme, die diese Herkunftsvielfalt für die Stringenz der Kampagne gehabt hätte, wurden von vornherein erfolgreich umschifft, indem bewusste Fokussierungen stattfanden zum einen auf den Dialog mit den PartnerInnen in Produktionsländern und zum anderen auf den Kampagnengegenstand. So spielten ideologische Divergenzen eine untergeordnete Rolle. Der sachorientierte Pragmatismus gepaart mit klaren Visionen bei den niederländischen KampagnenkoordinatorInnen hat dazu nicht unwesentlich beigetragen. Aus den Fehlern der linken Bewegungen der 70er und 80er Jahre (Gefahr der Spaltung, Diskurssackgassen etc.) wurde offensichtlich versucht zu lernen. Dazu gehörte auch eine bewusste Distanz zu politischen Parteien.

Resümierend können vier Bereiche bei Motiven, Hintergründen und Interessen ausgemacht werden:

- a. Die Bekleidungsbranche globalisierte sich als eine der ersten. Unterschiedliche globale Problemlagen kulminieren in der globalen Bekleidungsbranche, die sich bei kaum einem anderen Gegenstand so sinnfällig begegnen. Insbesondere **‚harte‘ ökonomische Themen und Gender-Themen** kommen zusammen.
- b. **Transnationale Unternehmen** stehen aufgrund ihrer Macht und der Folgen ihres Handelns für die Beschäftigten im Zentrum. Dies waren relativ neue Inhalte, die **neue Strategien** erforderten – eine Herausforderung, die AktivistInnen anzog.
- c. Das Thema Mode und Bekleidung bietet einen sehr konkreten, **‚handgreiflichen‘ Zugang** zu BürgerInnen.
- d. Unkonventionelle, weibliche Kampagnenstrategien, informelle, hierarchiearme Entscheidungs- und transnationale Organisationsstrukturen erschienen als Antwort auf das, was wir später mit Globalisierung umschrieben, naheliegend. Die mehrheitlich weiblichen AktivistInnen bestanden auf solchen Konstitutionen in bewusster Abkehr von traditionell repräsentativen, männlich geprägten Gefügen. Zu der neuen Art und Weise von Kampagnenarbeit gehörte eine **basis-orientierte, transnationale und konsensuale Arbeitsweise** sowohl nach innen als auch in der Kooperation mit den PartnerInnen an Produktionsstandorten. (vgl. Antwort zu Frage 11.)

⁶ Im englischen Sprachgebrauch treffend als „action-oriented research“ bezeichnet.

3. Wird neben „dem Projekt“ noch an weiteren Projekten gearbeitet? Wenn ja, an welchen?

Fast alle beteiligten Organisationen und Personen arbeiten nicht ausschließlich in Tätigkeitsfeldern der CCC. Fast alle sind in ähnlichen Produktkampagnen (z.B. Agrosprit, Bananen, Kaffee, Elektronik, Spielzeug) tätig. Verwandte Initiativen, mit denen es teils personelle und organisationelle Überschneidungen gibt, sind BANAFAIR, „Aktion fair spielt“, „Stop toying around!“, „Spielsachen fair machen!“, GoodElectronics, „MakeITfair“ und „ProcureITfair“.

In den meisten westeuropäischen Ländern fanden sich darüber hinaus kritische zivilgesellschaftliche Netzwerke zum Thema Unternehmensverantwortung – corporate accountability – zusammen, in denen CCC-Organisationen aktiv sind (CorA in Deutschland), ECCJ auf EU-Ebene).

Wieder andere Synergien existieren beispielsweise in Italien: Die Kampagnenträgerorganisation betreibt gleichzeitig eine Verbrauchergemeinschaft für alternativen Konsum und alternative Produktionsweisen.

4. Inwiefern und wie wird über gesellschaftliche Alternativen diskutiert?

Gesellschaftliche Alternativen bilden keinen expliziten Gesprächsgegenstand in der unmittelbaren CCC-Arbeit. Die Kampagne bezieht ihre Zielgerichtetheit und Kontinuität u. a. daher, dass sie in allen ihren Aktivitäten strikt auf ihren Gegenstand fokussiert bleibt. Alle Meetings, Teilkampagnen etc. beziehen sich ausschließlich auf Ziel und Strategie der Kampagne.

Gleichzeitig offenbart ihr ehrgeiziges und realistischerweise kaum in naher Zukunft erreichbares Ziel, dass Visionen und gesellschaftliche Alternativen stets mitschwingen. CCC-AktivistInnen sehen in der Kampagnenarbeit selbst eine gelebte gesellschaftliche Alternative und praktizieren sie lustvoll und sachlich. Sie sprechen von „Solidarität“, wenn das Wort in drastisch abnehmendem Gebrauch ist, und geben dem Wort eine neue Bedeutung abseits von passiver Barmherzigkeit: Solidarität zwischen VerbraucherInnen und NäherInnen im Globalen Süden/Osten und Globalen Norden/Westen. Oder sie thematisieren die Armut der ArbeiterInnen an Lebenszeit und formulieren das Recht sich auszuruhen, wenn der Trend zu allumfassender Verfügbarkeit der Lebenszeit für Arbeit geht. Sie eignen traditionelle Themen und Träume der ArbeiterInnenbewegung in neuen Kontexten an. In Zeiten, in denen sich traditionelle Arbeitsrechtsakteure und Gewerkschaften weltweit tendenziell auf minimalistische Kalküle zurückziehen, behält die CCC Weitsicht und mutige Perspektiven.

Sie vereint auf sehr konkrete und hartnäckige Weise Pragmatismus und Visionen. Dies macht einen großen Teil ihrer Attraktivität aus.

5. Um welchen Widerspruch geht es? Wo liegt in dem Projekt Spannung, Quelle von Entwicklung, was vermittelt es, zwischen welchen Interessen vermittelt es?

Aus den vielfältigen Widersprüchen, die das konkrete Handeln in CCC-Zusammenhängen bedingt und hervorbringt, seien die folgenden Fundgruben für Fortschritte heraus gegriffen:

Bezüglich des vorgefundenen polit- und sozioökonomischen Kontextes:

- Regulierung oder Selbstverpflichtungen

Bezüglich der Kampagnenarbeit:

- Konfrontative vis á vis kooperative Firmen-Kommunikation
- ‚Expertokratie‘ vis á vis Demokratie

Arbeitsnormen: Regulierung oder Selbstverpflichtung

Oft wird kritisch hinterfragt, ob die von der CCC geforderten freiwilligen Kodizes nicht verbindliche Regulierung unterlaufen und erschweren. Dazu heißt es in der CCC-Charta:

„Der Kodex soll weder die internationale Zusammenarbeit zwischen Regierungen noch völkerrechtliche Bestimmungen ersetzen. Obwohl der Kodex darum bemüht ist, ArbeitnehmerInnen vor Unterdrückung, Mißbrauch und Ausbeutung zu schützen, wenn nationale Gesetze unzureichend sind oder nicht durchgesetzt werden, will er die nationalen Gesetze oder die nationale Arbeitsaufsicht nicht ersetzen. Der Kodex ist kein Ersatz für sichere und unabhängige Gewerkschaften oder für Tarifverhandlungen.“ (Einführung – Zielsetzung des „CCC-Kodex - Arbeitsverhaltenskodex für die Bekleidungsindustrie einschließlich Sportbekleidung“ vom Februar 1998; www.saubere-kleidung.de/ccc-60_wir/ccc-64-00_kodex.html - 5.8.2011, 16:23)

Dieser Auszug macht das Dilemma deutlich, das hier umrissen werden soll.

Der Dreh- und Angelpunkt der CCC-Analyse lautet: Global agierenden Bekleidungshandelsunternehmen kommt eine Hauptverantwortung für die Arbeitsbedingungen entlang der Lieferketten zu. Einflussgefälle in Lieferketten schaffen diese Schlüsselrolle. Ausdruck der Macht global agierender Unternehmen ist es, dass diese eine Milderung oder gar Außerkraftsetzung nationaler Arbeitsgesetze erwirken⁷. Multinationale Unternehmen werden einflussreicher und wirtschaftsstärker als Staaten und Regierungen.

Das so entstandene globale soziale Regulierungsvakuum entmachtete Staaten, die jedoch allein Normen setzen können. Neue transnationale VerbraucherInnen- und Beschäftigtenetzwerke auf dem Gebiet von Arbeitsrechten adressierten jedoch nicht Staaten, sondern Unternehmen und konnten so nur Selbstverpflichtungen fordern – dies allerdings erfolgreich. Die CCC hat ihren Kodex als einen Kampagnenstandard verstanden, mit dem hier und heute gehandelt werden kann.

⁷ Für die Einflussnahme multinationaler Unternehmen auf nationale Arbeitsgesetzgebungen steht beispielsweise die Reaktion von NIKE-CEO Phil Knight 1999, als die indonesische Regierung ihren Mindestlohn um einen geringfügigen Betrag auf ein nach wie vor nicht existenzsicherndes Maß erhöhte: „Indonesia is pricing itself out of the market.“ Ein aktuelleres Beispiel ist der Protest der American Chamber of Commerce in China gegen die Einführung der obligatorischen schriftlichen Arbeitsverträge durch die chinesische Regierung 2009.

Es gibt nicht wenige Sonderwirtschaftszonen oder Exportzonen, in denen nationale Arbeitsgesetze nicht befolgt werden müssen.

„The failure of governments to enforce labor standards has been a significant catalyst in increasing “private” initiatives to improve working conditions.“
(Ascoly, Nina, Bettina Musiolek and Ineke Zeldenrust 2000. Codes of Conduct and the Clean Clothes Campaign. in: Scherrer/Greven (eds.): Global Rules for Trade: Codes of Conduct, Social Labeling, Workers' Rights Clauses)

Freiwilligkeit (freiwillige Selbstverpflichtungen von Unternehmen) entstand somit in Abwesenheit wirksamer Verbindlichkeit. Das soziale Regulierungsvakuum kann momentan nur mit Selbstverpflichtungen der Unternehmen bekämpft werden.

Das bedeutet nicht, dass die CCC nicht vehement für verbindliche Menschenrechte bei der Arbeit eintritt. Deshalb ist die Auslotung von Wegen im internationalen Recht, multinationale Unternehmen für Rechtsverletzungen in anderen als den Ländern, in denen ihr Hauptsitz liegt, belangen zu können, ein wichtiges Tätigkeitsfeld der CCC. Auf diese Weise könnte die Verantwortung der transnationalen Unternehmen für die gesamte Lieferkette verbindlich festgehalten werden. Gleichzeitig fordert die Kampagne bereits heute von Unternehmen, ihre Lieferanten zur Einhaltung der jeweiligen Arbeitsgesetze und des CCC-Basisretekodex anzuhalten⁸.

Die Balance von Freiwilligkeit und Verbindlichkeit bei Arbeitsnormen stellt sich in der Globalisierung neu her, ist umkämpft und wird neu ausgehandelt. Die CCC bewegt sich inmitten dieses konflikträchtigen Prozesses.

Unternehmen: Kooperation versus Konfrontation

Die CCC hat als Hauptverantwortliche für die Realität der Arbeit in der Modeindustrie die Markenfirmen und Einzelhandelsketten ausgemacht. Diese waren und sind die entscheidenden *Targets*. Deren Praktiken, die zur Verletzung von Menschen- und Arbeitsrechten führen, werden in öffentlichen Aktionen angeprangert und in Berichten offen gelegt. Ihr Image, von erheblichem Belang als immaterieller Geschäftswert, wird dadurch öffentlich in Frage gestellt. Dies sind konfrontative Vorgehensweisen.

Gleichzeitig ist es Ziel der Kampagne, Änderungen in der Governance der Lieferketten dieser Unternehmen herbeizuführen und jetzt vorhandene Spielräume dafür auszuloten. Dazu ist Kooperation, konstruktiver, vertrauensvoller Dialog mit den entsprechenden MitarbeiterInnen der Firmen erforderlich. Besonders das internationale Sekretariat der CCC agiert in diesen Dialogen effektiv durch Weitsicht, Ehrlichkeit, Kompetenz, Erfahrung und die Fähigkeit zuzuhören – trotz natürlich vorhandener Meinungsverschiedenheiten mit UnternehmensvertreterInnen.

Kooperation und Konfrontation auszubalancieren ist ständige Quelle produktiver, teils auch destruktiver Spannungen innerhalb der CCC. Beide Seiten, Unternehmen und AktivistInnen, haben gelernt. Die Gegenstände und die Art und Weise der Auseinandersetzung zwischen CCC und Handelsfirmen haben sich wesentlich weiterentwickelt. Während beispielsweise vor zehn bis fünfzehn Jahren Firmen mit Leugnung der CCC-Befunde und mit der Androhung juristischer Verfolgung reagierten, entstand in der Zwischenzeit mit einigen Firmen eine wertschätzende Dialogkultur, in deren Folge Forderungen der CCC in ihr Handeln integriert wurden (vgl. Antwort zur Frage 16.).

⁸ Beispielsweise forderte Adidas indische Zulieferer auf, den geringfügig erhöhten Mindestlohn zu zahlen, was diese kategorisch abgelehnt hatten.

„Expertokratie“ versus Demokratie

Die Mobilisierung von VerbraucherInnen als BürgerInnen ist ein wesentliches Tätigkeitsfeld der CCC, nicht nur ein unterstützender Zweig ihrer Kampagnen, sondern ihre Basis. Dass sie immer wieder in der Lage ist, attraktiv für neue AktivistInnengruppen in der Breite – von Studierenden bis zu Landfrauen – zu werden, bezeugt dies.

Gleichzeitig konzentriert sich unweigerlich viel Erfahrungswissen und Know how bei einzelnen Personen. Sie konzipieren und begleiten Recherchen, kommunizieren mit Unternehmen und nehmen an Seminaren teil. Kompetenz und strategische Weiterentwicklungen fordern dieses Expertenwissen.

Beide Kampagnendimensionen zu vereinbaren stellt für jede soziale Bewegung eine Herausforderung dar. Die starke Aktions- und Basisorientierung der CCC bewahrte sie bisher weitgehend vor abgehobenem „Expertokratie“. Die Basis rebelliert in diesen Fällen. Um beide Dimensionen gleichberechtigt zu pflegen, müssen Räume für den Austausch zwischen ExpertInnen und BasisaktivistInnen geschaffen werden.

6. Welche Rolle spielten a) bei der Initiierung, b) bei der Realisierung organisierte AkteurInnen, wie etwa Gewerkschaften, Vereine, Parteien, Verwaltungen usw., welche Rolle die unorganisierte Öffentlichkeit?

Bei der Entstehung wie bei der Entwicklung der CCC spielten zivilgesellschaftliche Organisationen eine entscheidende Rolle. CCCs in den fünfzehn Ländern bestehen aus konfessionellen, Frauen-, Jugend-, Fairhandels-, VerbraucherInnen-, Entwicklungs- und gewerkschaftlichen Organisationen. Sie sind explizit un-parteiisch. Gleichwohl spielen Parteien und Verwaltungen in ihren Lobby-Aktivitäten eine große Rolle (vgl. Antworten zu den Fragen 1. Und 10.).

Die GründerInnen der CCC in Deutschland waren 1995 das NRO-Frauenforum⁹, die EFD (Ev. Frauenarbeit in D¹⁰), das Südwind-Institut für Ökonomie und Ökumene sowie das DGB-Nord-Süd-Netz. Mittlerweile sind 20 Organisationen aus o.g. Spektren Mitglied des so genannten Trägerkreises der deutschen CCC.

Welche Rolle spielt die unorganisierte Öffentlichkeit? Die beteiligten zivilgesellschaftlichen Organisationen versuchen, BürgerInnen zu mobilisieren und sie für eine Unterstützung zu gewinnen. Gleichzeitig entstehen Gruppen, die den Anschluss an vorhandene CCC-Mitgliedsorganisationen zwar suchen, aber formell unabhängig bleiben wollen und selbst nicht in Strukturen wie beispielsweise einem Verein arbeiten wollen, also informelle Netzwerke bilden. Insbesondere im studentischen Umfeld gibt es europaweit viele solcher Initiativen, die zeitweise die CCC unterstützen.

Diese Mobilisierungsfähigkeit hat die CCC durch Veranstaltungen und Aktionen immer wieder bewiesen – zuletzt bei der Kampagne für ein Verbot des Sandstrahlens von Jeans, in deren Rahmen über 30.000 individuelle Petitionen innerhalb einer Woche an eine italienische Luxusmarke gesandt wurden.

⁹ Gegründet im Vorfeld der Weltfrauenkonferenz in Peking 1995, um die zivilgesellschaftliche Stimme der entwicklungspolitisch orientierten Frauenbewegungen zu bündeln. Anfang dieses Jahrhunderts löste es sich auf, da seine Aufgabe als gelöst eingeschätzt wurde.

¹⁰ 2009 aufgegangen in die EFID (Evangelische Frauen in Deutschland e.V.)

7. Welche Rolle spielten welche Medien bei der Entstehung, Organisation und Durchführung des Projektes?

Medien helfen der CCC, einerseits BürgerInnen und andererseits Unternehmen anzusprechen. In der Strategie der CCC multiplizieren Medien ihre Rechercheergebnisse und Informationen und helfen ihr, BürgerInnen anzusprechen.

Der Aspekt des Drucks auf Unternehmen trat in den letzten Jahren in den Hintergrund aufgrund ihres Bekanntheitsgrades bei den Firmen. Besonders in den ersten Jahren bediente sich die CCC der Mainstream-Medien, um das Image der Handelsunternehmen zu beeinträchtigen und sie damit zu Reaktionen zu zwingen. Nationale Plattformen erzielten insgesamt wechselnden Erfolg im Bemühen, Mainstream-Medien anzusprechen. Deren Deutungsmuster und Mechanismen entsprechen nicht unbedingt denen der CCC. Gleichwohl gibt es investigative JournalistInnen, die das Thema anzieht. Es geht immerhin um Mode, um konkrete Tatsachen und imagestarke Unternehmen.

Darüber hinaus ist die CCC in einschlägigen Publikationen und Medien präsent und gibt eigene mediale Produkte heraus. Jüngst nutzt sie in zunehmendem Maße die sozialen Netzwerke, wie im Falle der Kampagne für ein globales Verbot des Sandstrahlens.



8. Wie veränderte sich der Kreis der AkteurInnen im Prozess – und wie veränderten sich die AkteurInnen selbst?

CCC-AkteurInnen haben sich in den 20 Jahren des Bestehens der Kampagne immer wieder verjüngt, erneuert, durchmischt (neue Teilnehmende aus neuen Bereichen, während andere aufhören¹¹), sie sind kreativ geblieben und haben sich weiterentwickelt. Weiter dazu in den folgenden Antworten.

¹¹ Finanzielle Probleme führen wie aktuell in Schweden oft dazu, dass Organisationen nicht weiter arbeiten können. Gleichzeitig zeigen Studierendeninitiativen momentan großes Interesse an der CCC.

9. Was mussten die AkteurInnen tatsächlich neu lernen?

Gravierende Herausforderungen lagen in der Kommunikation mit Unternehmen (vgl. Antwort zu Frage 5.), aber auch mit Gewerkschaften und anderen traditionellen Arbeitsrechtsakteuren. Es musste viel über deren Strukturen, Entscheidungsprozesse und Organisationskulturen gelernt werden. Wie ‚tickten‘ sie, wie funktionierten sie? Wie können sie beeinflusst werden?

Dennoch wussten die AktivistInnen, dass die traditionellen Arbeitsrechtsakteure es offensichtlich nicht schaffen, in Zeiten der Globalisierung Arbeitsrechten zum Durchbruch zu verhelfen. Darin lag das zentrale Lernfeld. Neue Akteure mussten erfunden werden.

9.1. Kommunikation mit Unternehmen: Von der Straße auf's Verhandlungsparkett

Für die AktivistInnen war schnell klar, wie Unternehmen kritisiert und Zielscheibe öffentlicher Proteste werden können. Die Straße war ihr gewohnter Platz. Aber Konferenzräume und Verhandlungszimmer? Wie ein konstruktiver Dialog mit Handelsfirmen zu führen ist und wie Dialog und Konfrontation auszubalancieren seien, war in einigen nationalen Plattformen Gegenstand kontroverser Auseinandersetzungen und teils auch unnötiger Prinzipfragen. Beispielsweise war umstritten, ob Rechercheergebnisse vor ihrer Veröffentlichung den betroffenen Unternehmen zugestellt werden, um ihnen die Gelegenheit zu einer Stellungnahme zu geben.

Der zielführende Dialog mit UnternehmensvertreterInnen ist ein kontinuierlicher Lernprozess, bei dem beide Seiten ständig ihre Positionen und die Art und Weise ihres Herangehens überprüfen. Die Konstruktivität dieses Lernprozesses offenbart nicht geringe nationale Unterschiede. Eine Ursache der unterschiedlichen nationalen Entwicklungsstände in dieser Frage ist das Vorhandensein von Lernräumen für diesen Prozess. Während in Großbritannien beispielsweise die Ethical Trading Initiative (ETI) und in den Niederlanden die Fair Wear Foundation (FWF) nach jahrelangen harten Verhandlungen zwischen den Stakeholdern als austarierte, konstruktive Lernräume Ende der 90er ins Leben gerufen wurden, gibt es in Deutschland keinen Ort dieser Diskursqualität. Der Runde Tisch Verhaltenskodizes – seit über 10 Jahren unterstützt von giz und BMZ – bleibt eine unverbindliche Informationsrunde großer, etablierter Institutionen, den die deutsche CCC vor etwa zehn Jahren verließ.

Die Spielregeln scheinen besonders im Kontext des deutschen Korporatismus verhärtet, innovationsfeindlich und für nicht etablierte Akteure kaum durchlässig.

9.2. Kooperation mit Gewerkschaften, etablierter Funktions- und Umsetzungsmechanismus internationaler und nationaler Arbeitsnormen

Mit der Annäherung an die internationalen Verbände der Gewerkschaften lernten die AktivistInnen in den 90er Jahren das Funktionieren von Arbeitsnormen auf internationaler Ebene kennen: Durch wen werden sie aufgestellt und kontrolliert? Welche Kräfteverhältnisse herrschen? Wer ist Subjekt dieser Kontrolle und welche Sanktionen stehen bei Verstoß in Aussicht?

Kommunikation und Abstimmung mit internationalen und teils auch nationalen Gewerkschaftsstrukturen war und ist von beiden Seiten – sowohl der etablierten gewerkschaftlichen als auch der neu entstehenden zivilgesellschaftlichen Arbeitsrechtsbewegungen – eine Herausforderung. Die Organisations-, Entscheidungs- und Kommunikationskulturen unterscheiden sich deutlich. Insbesondere in den 90ern wurden um Legitimation und

Machtverhalten Kontroversen geführt. Auch hier vollzieht sich ein gegenseitiger Lernprozess.

Die Tatsache, dass sich Gewerkschaften mittlerweile stärker den Problemen der Geschlechterdiskriminierung und der informellen, prekären Arbeit zuwenden, hängt wesentlich mit dem Wirken neuer Netzwerke und Gruppen auf dem Gebiet von Arbeitsrechten zusammen.

9.3. Neues Akteursgefüge

Idealtypisch garantieren die SozialpartnerInnen die Durchsetzung von Arbeitsgesetzen und die Aushandlung von Normen und Tarifen. Hierzu zählen traditionell die Vertretungen von ArbeitnehmerInnen (Gewerkschaften), ArbeitgeberInnen (Arbeitgeberverbände) und Regierungen (Arbeitsministerien). Räume und Gremien gibt es hierfür auf nationaler und auf internationaler Ebene. National formieren sich in vielen Ländern z.B. dreigliedrige Gremien, um die gesetzlichen Mindestlöhne festzulegen. International finden sich die klassischen SozialpartnerInnen in der ebenfalls dreigliedrigen Internationalen Arbeitsorganisation (International Labour Organization, ILO) zusammen.

Dieser Akteursrahmen zur Durchsetzung von Arbeitsnormen hat sich im Gefolge der Globalisierung als in vieler Hinsicht defizitär erwiesen (z.B. Deutscher Bundestag: 228¹²). Die klassischen SozialpartnerInnen und ihre sozial- und arbeitsmarktpolitischen Gremien und Institutionen können die gravierenden sozialen Probleme durch Standortkonkurrenz und Globalisierung nicht kompensieren und regulieren.

In der Bekleidungsindustrie sind Gewerkschaften kaum präsent und Opfer der erpresserischen Verlagerungsdrohungen. Regierungen beugen ihre Arbeitsgesetze zugunsten der begehrten Investoren. Die ILO setzt internationale Arbeitsnormen, aber kann Verstöße nicht sanktionieren. Zudem sind ihre Adressaten Regierungen und nicht Unternehmen. Somit entsteht das vieldiskutierte soziale Regulierungsvakuum der Globalisierung.

Es musste ein neues Akteursgefüge erfunden, entwickelt und umgesetzt werden. Die ILO wie auch die Gewerkschaften waren als handlungsstarke Akteure nicht in Sicht.

Im Kontext der sozialen Gestaltung globaler Produktion werden mithin neben den genannten klassischen Interessenvertretungen neue Akteure im Bereich internationaler Arbeitsstandards relevant wie Initiativen von VerbraucherInnen und transnationale Arbeitsrechtsbewegungen¹³. Diese Akteure thematisieren die Folgen der Globalisierung und die Verantwortung, die transnationalen Unternehmen dabei zukommt. Die große Chance derartiger Initiativen liegt in der kritischen Auseinandersetzung und Entwicklung innovativer und unkonventioneller Herangehensweisen für die Umsetzung von Arbeitsnormen unter veränderten Bedingungen.

Diese neuen Akteure entwickeln neue Instrumente für die Umsetzung von Arbeits- und Menschenrechten und können darüber hinaus bisher von traditionellen Akteuren unzureichend berücksichtigte Problemfelder wie die Geschlechtergerechtigkeit stärker integrieren.¹⁴

Welches sind diese neuen Instrumente? In ihrer Charta fordert die CCC:

„Von Unternehmen, die den Kodex annehmen, wird erwartet, daß sie eine unabhängige

¹² Deutscher Bundestag 2002: Schlussbericht der Enquete-Kommission Globalisierung der Weltwirtschaft, Opladen.

¹³ Vgl. z.B. Keck/ Sikkink 1998: *Activists beyond Borders*.

¹⁴ Vgl. Musiolek, Bettina 2010: *Geschlechtergerechtigkeit und freiwillige Instrumente der Unternehmensverantwortung in globalen Produktionsnetzwerken und Lieferketten*. INEF Forschungsreihe Menschenrechte, Unternehmensverantwortung und Nachhaltige Entwicklung 07/2010. Duisburg: Institut für Entwicklung und Frieden, Universität Duisburg-Essen.

Institution mit der Überprüfung der Einhaltung des Kodex beauftragen. Diese Institution soll u.a. die Unternehmen bei der Anwendung des Kodex unterstützen und die VerbraucherInnen über die Arbeitsbedingungen in der Industrie informieren.“ (Einführung – Zielsetzung des „CCC-Kodex - Arbeitsverhaltenskodex für die Bekleidungsindustrie einschließlich Sportbekleidung“ vom Februar 1998; www.saubere-kleidung.de/ccc-60_wir/ccc-64-00_kodex.html - 5.8.2011, 16:23)

Eine solche Organisation ist in den Niederlanden nach langen, zähen, konfliktträchtigen Verhandlungen zwischen der CCC, den holländischen Gewerkschaftsverbänden, der Entwicklungshilfeorganisation NOVIB und den Wirtschaftsverbänden in der Modebranche 1999 geschaffen worden: die Fair Wear Foundation (FWF). Es ist eine so genannte Multi-stakeholder-Institution, in der alte und neue Arbeitsrechtsinitiativen und Unternehmen gleichberechtigt in Entscheidungsgremien vertreten sind. Fast gleichzeitig entstand in Großbritannien die Ethical Trading Initiative (ETI), in der ebenfalls Zivilgesellschaft, Gewerkschaften und Unternehmen repräsentiert sind.¹⁵

Wichtige Charakteristika dieser Institutionen ist ihre relative Unabhängigkeit von Wirtschafts- und Unternehmensinteressen. Dies geschieht dadurch, dass in den Entscheidungsgremien Kampagnengruppen, Gewerkschaften und Unternehmen in einem austarierten Stimmverhältnis gleichberechtigt vertreten sind und damit gleichermaßen Gestaltungsmacht in der Organisation besitzen.

So entstand in der Bekleidungsbranche ein neues Gerüst von Akteuren für die Umsetzung von internationalen und nationalen Arbeitsnormen – Pioniere bei der sozialen Gestaltung der Globalisierung.

¹⁵ Ähnliche Organisationen bildeten sich auch in den USA: Fair Labor Association (FLA), Social Accountability International (SAI), Worker Rights Consortium (WRC).

10. Wurden durch das Projekt politische Entscheidungsprozesse nachhaltig beeinflusst und verändert?

Die CCC hat maßgeblich und gemeinsam mit anderen Produkt- und Unternehmenskampagnen dazu beigetragen, dass folgende Themen auf die politische Agenda traten:

- Informationsrechte von VerbraucherInnen und Einfluss der VerbraucherInnen auf die Verfasstheit von Markt und Wirtschaft:
Beispiele sind das neue deutsche Verbraucherinformationsgesetz und die Diskussion im Europäischen Parlament um VerbraucherInnenrechte.¹⁶
- Verantwortung und Rechenschaftspflicht von Unternehmen:
Weltweit ist ein Diskurs um Unternehmensverantwortung angestoßen worden, der sich im politischen Raum v.a. in der Diskussion im Europäischen Parlament (EP) – angestoßen und vorangetrieben durch seinen CSR-Rapporteur Richard Howitt – sowie im Ruggie-Prozess (seit 2005 UN-Sonderbeauftragter für Menschenrechte und transnationale Unternehmen) niederschlägt. Damit hängt der Disput um die Verbindlichkeit von CSR (Corporate Social Responsibility) zwischen Europäischem Parlament und Europäische Kommission zusammen.
- Missbrauch der Macht von Supermarktketten:
Gemeinsam mit anderen Produktkampagnen und Gewerkschaften hat die CCC in der EU, v.a. im EP dieses Problem thematisiert.
- Berücksichtigung von Sozialstandards bei der öffentlichen Auftragsvergabe von Ländern und Kommunen:
Sowohl in Europäischen Richtlinien (2004/17/EG Art. 38 und 2004/18/EG Art. 26) als auch in nationalen Gesetzen fast aller Länder Westeuropas (Deutschland 2009 GWG §97) ist mittlerweile die Möglichkeit verankert, Sozialstandards bei der öffentlichen Auftragsvergabe zu berücksichtigen. Dies hat politische Entscheidungsprozesse intensiv und nachhaltig beeinflusst und führt gegenwärtig in Deutschland in den meisten Bundesländern wie auch in Dutzenden Kommunen zu Veränderungen sowohl im politischen als auch im Verwaltungshandeln.

Alle diese Themen hat die CCC Ende der 90er Jahre, Anfang dieses Jahrhunderts intensiv diskutiert und in das Gespräch mit anderen Stakeholdern (Gewerkschaften, Politik, Akademie) getragen. Sie sind dann von anderen Initiativen wie ECCJ (European Coalition for Corporate Justice) aufgegriffen und weiter in den politischen Raum getragen worden.

¹⁶ In verschiedenen politischen Diskursen erscheinen VerbraucherInnen zuweilen bereits überzogen als gesellschaftliche Korrektive (z.B. Denkschrift der EKD „Unternehmerisches Handeln in evangelischer Perspektive“ 2009).

11. Wie wurden die Diskussionen zum Projekt geführt und der Projektverlauf selbst gestaltet – inklusiv, exklusiv, wie wurde beides jeweils erreicht? Wie war das Verhältnis von Deliberation und Repräsentation?

Diskussion um die Wahl der Kampagnenstrategie

Als exemplarische Antwort auf diese Fragen sei der Weg in den frühen 90ern von einer Eilaktionen-Initiative à la amnesty international zu einem politischen Interventionsrahmen angeführt. Besonders die Entwicklung der CCC-Charta als Hauptkampagneninstrument und Statut soll beschrieben werden.

Ende 1991 wurde nach Solidaritäts- und Eilaktionen klar, dass ein ‚toter Punkt‘ erreicht war. „Was wollt ihr nun schon wieder?“ lautete zunehmend die Reaktion von Unternehmen und Öffentlichkeit in den Niederlanden. Asiatische ArbeiterInnenorganisationen rieten zu einer offensiveren und ausgearbeiteten Strategie, um über das Vorgehen von Eilaktion zu Eilaktion hinaus zu kommen. Im Januar 1992 wurde ein Studientag abgehalten. Dessen Hauptziel war die Definition der Forderungen an die Bekleidungshändler und die Verbreiterung der Basis der Kampagne. Ohne direkte Beteiligung der Gewerkschaften und einiger der größeren Nichtregierungsorganisationen (NROs), so war der Befund, gab es nicht ausreichenden Rückhalt für die Forderungen.

Verschiedene Strategien für die weitere Arbeit wurden diskutiert. Schließlich wurde eine Kombination von ArbeiterInnen-Charta und Firmensiegel vorgeschlagen. Besprochen wurde daneben v.a. das Instrument der Importbeschränkungen oder Handelsabkommen mit Sozialklauseln. In der Diskussion standen also einerseits die Unternehmenskodex-Charta und andererseits staatliche Maßnahmen im Zusammenhang mit Handelsverträgen.

Letztere standen mit dem Argument stark in der Kritik, dass die Hauptverantwortlichen, transnationale Unternehmen, damit nicht zur Verantwortung gezogen würden, sondern vielmehr die Beschäftigten in den betroffenen Ländern. Diese Auseinandersetzung fand sich dann in der Einführung des CCC-Kodex wieder:

„Der Kodex ist keine protektionistische Handelsmaßnahme. Er soll nicht dazu verwendet werden, den Marktzugang einiger Länder auf Kosten der ArbeitnehmerInnen anderer Länder zu verschließen.“

Die Überwachung der Einhaltung der Charta sollte Aufgabe einer eigens gegründeten Organisation sein, da die Internationale Arbeitsorganisation (ILO) oder andere internationale Instanzen als Träger nicht in Sicht waren.

Anfang 1993 wurden diese Ideen auf einem ersten internationalen Treffen diskutiert und weitere Nachforschungen angestellt. ArbeiterInnenorganisationen und Frauengruppen in Asien bekamen Entwürfe der Fair Wear Charter (in deutscher Übersetzung „Sozialcharta“ wegen der Begriffskonfusion mit „fair“). VertreterInnen der Kampagne nahmen Entwürfe mit auf ihre Reisen in die Philippinen, Hongkong, Indonesien und Indien, um sie dort zu besprechen.

Einer der Haupteinwände dort war, dass die Kernarbeitsnormen der IAO, die als Ausgangspunkt für viele der anderen Kodizes und Chartas dienten, den Bedürfnisse der ArbeiterInnen in der Bekleidungsindustrie nicht gerecht wurden. Ohne Vorgaben für Löhne, Arbeitsstunden, Gesundheit und Sicherheit sowie die Stabilität des Beschäftigungsverhältnisses, die nicht Bestandteil der Kernarbeitsnormen sind, bleiben die wirklichen Probleme der Mehrheit der Beschäftigten und insbesondere der Näherinnen jedoch unangesprochen.

So wurde der „Arbeitsverhaltenskodex für Bekleidung und Sportbekleidung“, der schließlich 1998 von der – mittlerweile europäischen – Clean Clothes Campaign (CCC) und ihren PartnerInnen in Produktionsländern verabschiedet wurde – nach intensiven Diskussionen mit ArbeitnehmerInnen-Organisationen und mit europäischen Verbündeten geboren.

Organisations-, Repräsentations- und Diskursstruktur im europäischen CCC-Netzwerk

Dreimal im Jahr stattfindenden zweitägige Treffen der nationalen KoordinatorInnen statt. Diese stellen das Planungs- und Entscheidungsgremium der CCC auf europäischer Ebene dar. Das Foto entstand während eines solchen „Eurotreffens“ 2011.



In der Regel werden die nationalen Plattformen dort per Mandat oder Wahl durch die KoordinatorInnen vertreten. Das „Eurotreffen“ weist gleichwohl selbst keinen formellen Gremienstatus auf, besitzt keine Weisungsbefugnisse o. ä. Ihm liegt keine hierarchische Organisationsstruktur zugrunde. In bewusster Abkehr von traditionell repräsentativen und hierarchischen Strukturen funktionieren Eurotreffen auf der Basis eines partizipativen Diskurses und einer konsensorientierten Entscheidungsfindung. Dies legitimiert sie, den Gesamtwillen der CCC zu bilden und voranzutreiben.

Dieses Verfahren stellt hohe Anforderungen an die nationalen KoordinatorInnen, die ihre Plattformen beim „Eurotreffen“ vertreten. Die KoordinatorInnen versichern sich in der Regel vor Eurotreffen der Meinung ihrer Plattformen. Vorlagen, die vor den Treffen zu allen Tagesordnungspunkten verfügbar sind, ermöglichen dies. Eine produktive Beratung auf europäischer Ebene bedingt, dass die KoordinatorInnen die Bedürfnisse und Interessen ihrer Plattformmitglieder gut kennen, sie ausbalancieren und entsprechend auf europäischer Ebene vertreten können.

Europäische Koordinationsarbeit entwickelt eine eigene Dynamik, die auf die Mitarbeit und das *Ownership*¹⁷ der nationalen KoordinatorInnen angewiesen ist und ohne sie nicht funktionieren kann. Wiederum müssen die Abstimmungen und Diskurse auf europäischer Ebene in die nationalen Plattformen eingebracht werden, um die europäische Arbeit dort zu legitimieren und sie nicht abgehoben erscheinen zu lassen.

Die Vertretung und Mandatierung der nationalen Kampagnenplattformen im Eurotreffen wird unterschiedlich gehandhabt, was auf verschiedene Planungs- und Entscheidungswe-

¹⁷ Möglicherweise zu übersetzen als: Gefühl der Teilhabe, des Besitzes im übertragenen Sinne.

ge auf nationaler Ebene zurückzuführen ist. In den Niederlanden, Großbritannien und Belgien Süd beispielsweise bildet die CCC ein organisationell selbständiges, den Plattformmitgliedern zuarbeitendes und inhaltlich profiliertes Koordinationsbüro (auch juristisch selbständig). Eine andere Möglichkeit wird in Italien, Belgien-Nord, der Schweiz oder Österreich genutzt, wo große und aktive Kampagnenorganisationen gleichzeitig die CCC national koordinieren und selbst stark profiliert und eigenständig vorgehen. Eine Herausforderung stellt hierbei die Berücksichtigung der Interessen anderer Plattformmitglieder durch einE KoordinatorIn dar, die/der gleichzeitig AngestellteR der koordinierenden Organisation ist. Die deutsche CCC nimmt nicht mit ihrer Koordinatorin, sondern mit einer Vertreterin einer finanziell starken Mitgliedsorganisation an Eurotreffen teil. Innerhalb der deutschen CCC gibt es einE KoordinatorIn. Die Steuerung erfolgt in Deutschland gegenwärtig über den so genannten Trägerkreis.

Das Fehlen formeller Hierarchien und die Betonung von Deliberation, also ständiger Beratschlagung innerhalb des Euros-Kreises und mit PartnerInnen in Produktionsländern waren von Beginn an strukturgebende Merkmale der internationalen Organisation von CCC. Partizipation, offene Diskurse unter Einbeziehung aller haben das Legitimationsdefizit infolge fehlender formeller Repräsentationsmechanismen kompensiert. Die adäquate Deliberationsform war das auf Verständigung und einen partizipativen Entscheidungsprozess setzende Konsensprinzip. Es wurde 2005 formell beschlossen und für die Handhabung bei Eurotreffen ausgestaltet (Handzeichen, Prozesserfordernisse, Vorlagengestaltung etc.). In seine Umsetzung wurde entsprechend Zeit und Geld (bsw. für ModeratorInnen) investiert. Es zwingt die CCC international dazu, die Kampagnenarbeit so zu gestalten, dass *alle* mitgehen können und dass die Meinungen und Einwände *aller* einbezogen werden. Dies ermöglicht und erfordert Diskursprozesse mit oft überraschenden Ergebnissen, die für alle akzeptabel sein müssen. Bedingung ist allerdings die Offenheit aller Beteiligten gegenüber diesen Prozessen.

Fazit

Zusammenfassend ist festzustellen, dass es in der CCC informelle Repräsentationsstrukturen gibt. Stärke und Legitimität der CCC auf internationaler Ebene liegen in verschiedenen Wegen und Formen der konsensorientierten Beratschlagung über alle Themen der Kampagne. Die Legitimität ihrer Entscheidungen beruht auf deren Zustandekommen im Konsens. Auf europäischer und internationaler Ebene scheint das Verhältnis von Deliberation und Repräsentation damit ausbalanciert.

12. Auf welche Weise wurde/wird das Projekt geplant? Welche Zeiträume wurden/werden dabei ins Auge gefasst?

Dies ist zunächst die Frage danach, wie Planung und Strategiebildung organisiert wird, in welchen Formen sie stattfindet. Grundsätzlich findet Planung und Strategiebildung in beratenden Formen statt. Welche sind das?

In Verbindung mit „Eurotreffen“ finden dann, wenn dafür Bedarf angemeldet und darüber konsensual entschieden wird, moderierte Strategietage statt. Dabei wird über die kurz-, mittel- und langfristige Strategie gebrainstormt und konkret geplant.

Zu den unterschiedlichen Subkampagnen werden Arbeitsgruppen gebildet, die jeweils diejenigen KoordinatorInnen bzw. andere Plattformmitglieder enthalten, die an diesen Kampagnen arbeiten. Auch zu Strukturfragen werden Arbeitsgruppen gebildet. Der Bedarf für Arbeitsgruppen wird auf Eurotreffen artikuliert und ihre Bildung entschieden. Diese bereiten dann Vorlagen vor und entspinnt sich der oben dargelegte Prozess.

Erweiterte Internationale Treffen

Als Orte des Erfahrungsaustausches und der Strategiebildungen sind die erweiterten internationalen Treffen Ende der 90er Jahre eingerichtet worden (St. Malo 1998, Barcelona 2001, Sofia 2004, Bangkok 2007, Türkei 2010). Sie dienen vor allem der kontinuierlichen Beteiligung der PartnerInnen aus Produktionsländern. So ist das Internationale Forum in der Türkei 2010¹⁸ in Kooperation mit dem Committee for Asian Women vorbereitet und durchgeführt worden. Die Repräsentation der Beschäftigten aus Produktionsländern sollte durch *Women Worker Organizers* (und nicht Funktionäre) gewährleistet sein und diese sollten die Mehrheit aller Teilnehmenden bilden – und betragen in der Tat ca. 60 Prozent. Das Internationale Forum wurde als dreitägiger Open Space organisiert: Die 236 Teilnehmenden aus 46 Ländern registrierten über 90 Workshops, bereiteten sie auf vielfältige Weise vor, führten sie am Tagungsort durch und stellten die Berichterstattung und Weiterarbeit sicher. Neben dieser inhaltlichen Mitarbeit übernahm auch organisatorisch jedeR Teilnehmende eine Rolle (übersetzen, moderieren, Infodesk besetzen, protokollieren, organisieren des Abendprogramms, etc). So kann das Internationale CCC-Forum 2010 als gelungenes Beispiel von partizipativ gestalteter Beratschlagung gelten, das Beispiel eines kreativen, basis-orientierten Events, der Energie und das Gefühl von Solidarität und Zusammenhalt verlieh und strategisch Segel setzte bzw. Themen vertiefte.



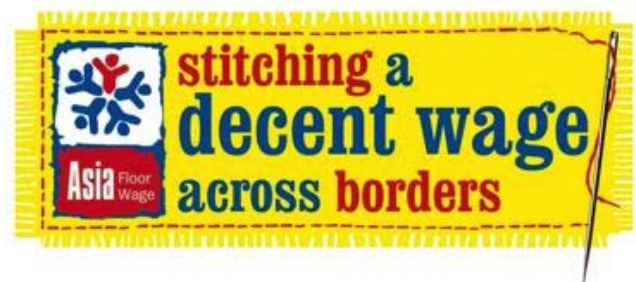
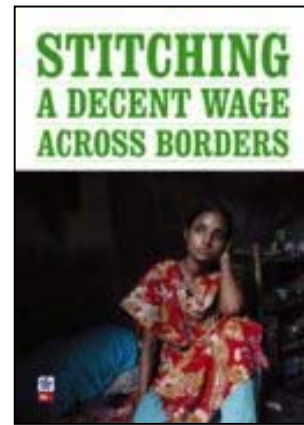
¹⁸ http://www.sauberekleidung.de/downloads/2011/2011-04-26_threads_no-30_de.pdf

Beispiel Asia Floor Wage campaign

Ein weiteres Beispiel langfristiger Strategieentwicklung ist die *Asia Floor Wage campaign*. Diese ist im ständigen Austausch zwischen asiatischen PartnerInnen (Frauen-, Recherche- und neuen gewerkschaftlichen Organisationen) mit der CCC entwickelt und gegründet worden.

Damit wurde ein in dreifacher Hinsicht neues Konzept von Tarifverhandlungen entwickelt: Es ist

- kontinental, grenzüberschreitend und
- richtet sich direkt nicht nur an die unmittelbaren Arbeitgeber, sondern auch an Regierungen und die ausländischen Auftraggeber entlang der Lieferkette bis zu den westeuropäischen Handelsfirmen.
- Schließlich wird es von einer Allianz aus Gewerkschaften und anderen Arbeitsrechtsgruppen getragen.



Das Internationale CCC-Forum in der Türkei stellte einen wichtigen Raum zur Verfügung, um diese Initiative weiter voran zu treiben. Ihre Ziele sind ganz offensichtlich langfristig angelegt, gleichzeitig werden nächste Schritte gemeinsam geplant und umgesetzt, wie das „Tribunal on Minimum Living Wage and Decent Working Conditions as Fundamental Human Rights“ in Sri Lanka am 27./28. März 2011.

Planungsprozess: Opferrolle der ‚Südpartner‘ oder Partizipation von PartnerInnen

CCC-Planungen charakterisiert also, dass PartnerInnen in Produktionsländern des Globalen Südens und Ostens strukturell beteiligt sind und die Situation in Produktionsländern durch intensive, gemeinsam mit PartnerInnen durchgeführte Recherchen einfließt. In der Kooperation mit PartnerInnen im Globalen Süden und Osten konsequent nicht-paternalistisch, basisorientiert und gleichwohl der eigenen Interessen gewiss vorzugehen zeichnet die CCC vor anderen Advocacy-Gruppen für ‚Südpartner‘ aus. Sie bewahrt die CCC tendenziell davor, die NäherInnen als Objekte und Opfer zu vermitteln, auch wenn mediale Eigendynamiken und Erklärungsmuster der Medien dies nahe legen.

In ihrem Tätigkeitsfeld Eilaktionen, der vielleicht unmittelbarsten Solidaritätsarbeit der CCC, entwickelte die Kampagne Instrumente wie die Eilaktionen-Database, Vorgehensweisen wie Kriterien für die strategische Auswahl von Eilaktionen.

So bescheinigt A. Hansen in ihrer EuropeAid-Evaluierung der Eilaktionsarbeit:

„The Project focuses on working directly with grass-roots movements in the target regions.“

“[...] its database for use by partners provides an excellent example of a communication, working, and follow-up tool.“

Ihre Orientierung an Akteuren und Bedingungen in Produktionsländern stellt für die CCC keine nachträgliche ‚Südpartner‘-Legitimation dar. Sie steht im Zentrum ihrer Arbeit in allen ihren Bereichen.

„The project builds on the organisation’s strong reputation in worker’s rights and their time-tested and unique approaches, and devotes considerable attention to addressing root causes of violations.“

“Stakeholders reported a strong sensitivity and responsiveness to defenders’ and partners’ needs.“

„Most of the principal activities have strong sustainable elements, in particular due to emphasis placed on genuine, local-level and practical capacity-building.

Stakeholders were unanimous in their praise, stating that the organisation is a leader in the field, is extremely sophisticated in its approaches, has developed strong strategic partnerships, has engaged in effective local capacity-building and empowerment, and provides strong coordination and coherence relative to policies, issues and activities. They are clearly deeply appreciated by partners, defenders, and independent observers.“

13. Welche neuen politischen Spielräume wurden gewonnen – wie können sich die Beteiligten am Projekt oder andere Menschen sich jetzt anders verhalten?

Die CCC hat wesentlich dazu beigetragen, dass in den 90er Jahren ein neues internationales politisches Diskurs- und Akteursfeld entstand – das um Unternehmensverantwortung & Menschenrechte, Corporate Accountability & Human Rights. Wohl wichtigstes Zeugnis und Ergebnis dieses Diskurses war 2005 die Etablierung des UN-Sonderbeauftragten für Menschenrechte und transnationale Unternehmen. Bemerkenswerte andere in dem Zusammenhang in den 90ern entstandene Gremien sind:

- *European Parliament Rapporteur on Corporate Social Responsibility*. Richard Howitt, britischer Labour-Abgeordneter, übt diese Funktion seit Jahren aus.
- UN Global Compact, der 1999 von Kofi Annan gegründet wurde und Unternehmen aufnimmt, die sich sodann bemühen wollen, bestimmte grundlegende Umwelt- und Sozialstandards einzuhalten.
- Global Reporting Initiative (GRI), die seit 1997 Richtlinien für Nachhaltigkeitsberichte erstellt.
- Eine Vielzahl unternehmensgeleiteter CSR-Initiativen (Corporate Social Responsibility) wie BSCI (Business Social Compliance Initiative) mit Sitz in Brüssel.
- Schließlich eine unübersehbare Zahl von Sozialauditfirmen, die versprechen, Sozialstandards zu prüfen. Einerseits gehören zu ihnen Wirtschaftsberatungs- und –prüfungsfirmen, die sich diesen Geschäftszweig erschließen, sowie andererseits spezialisierte Firmen nur für Sozialstandards (und Umweltstandards).
- In Deutschland wurde der Runde Tisch Verhaltenskodizes gegründet, aus dem die CCC zu Beginn dieses Jahrhunderts ausgetreten ist. Er wird vom BMZ (Bundesministerium für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung) und der gtz bzw. giz (Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit bzw. Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit) unterhalten.
- Das BMAS (Bundesministerium für Arbeit und Soziales) betrieb zwischen 2008 und 2010 das Nationale CSR-Forum.

Das entstandene komplexe Akteursspektrum, von dem hier nur staatliche und wenige unternehmensgeleitete Gremien genannt wurden (vgl. auch Antwort 9.2 und 10.), zeigt, wie umkämpft die Deutungshoheit in diesem Feld ist. Verschiedene traditionelle Stakeholder wollen das Gebiet besetzen. Neue Organisationen entstehen und hinterlassen ihre Spuren. Gleichzeitig illustriert die Aufzählung neuer Gremien und Institutionen, wie weit der Diskurs in den politischen Raum vorgedrungen ist und das Verhalten der Stakeholder verändert hat.

14. Wie waren die Wirkungen auf die Beziehungen zwischen unterschiedlichen Milieus und sozialen Schichten? Wurden MigrantInnen erreicht und welche Gruppen unter ihnen?

Solidarität zwischen VerbraucherInnen und NäherInnen verstand die CCC als aktiven Austausch zwischen diesen Gruppen, die in der Regel unterschiedlichen Schichten angehörten – Mittelschichten und ArbeiterInnen. Um die Kommunikation zwischen den Milieus zu befördern, richtete die niederländische CCC beispielsweise eine direkte digitale Kommunikationsmöglichkeit zwischen KonsumentInnen in den Niederlanden und einer Näherin ein. Innovative Wege beispielsweise bei Rundreisen von BeschäftigtenvertreterInnen aus Produktionsländern wurden besprochen, als Treffen mit NäherInnen in Westeuropa organisiert wurden (Belgien und Deutschland z.B.), die in der Regel nicht der Mittelschicht angehören. ArbeiterInnen in der Bekleidungsindustrie Asiens und Europas trafen einander.

Besonders interessant sind die Austausche zwischen den Schichten in Ländern, in denen es viele KonsumentInnen, aber auch viele NäherInnen gibt, wie Polen oder die Türkei. Allerdings beginnt diese Kommunikation dort erst.

MigrantInnen bilden einen zunehmenden Teil der Beschäftigten in der globalen Bekleidungsindustrie. Sie sind in besonderem Maße ausbeuterischen Praktiken ausgeliefert. Dieser Situation widmete die CCC in einem Discussion Paper 2009 die Studie „False Promises: Migrant Workers in the Global Garment Industry“. Eine internationale Arbeitsgruppe innerhalb betreibt die Integration dieses Aspektes in die CCC-Strategien.



15. Veränderten sich die Geschlechterverhältnisse? Gehörte dies zu den Zielen oder ergaben sich diese Veränderungen spontan?

Die CCC gehört zu den wenigen zivilgesellschaftlichen Initiativen¹⁹, die explizit eine Gender-Strategie verfolgen und selbst hauptsächlich von Frauen getragen werden. Sie verabschiedete 2009 formell ein *Gender Policy Statement*.

Frauen als die gegenüber ausbeuterischen Praktiken besonders anfälligen Beschäftigten *und* als die auch bei Reproduktions- und Pflege-Arbeiten Hauptbelasteten stehen im Zentrum der CCC.

A. Hansen bestätigt in ihrer EuropeAid-Evaluierung der Eilaktionsarbeit:

“There is also an exceptionally strong emphasis on gender issues, in particular given that most workers in clothing manufacturing are women. The Expert was particularly struck by the conduct of gender training within CCC partner organisations in Europe.”

Das *Engendering* sowohl der CCC als Organisation selbst als auch ihrer Tätigkeit ist ein sehr bewusst verfolgter Prozess.

¹⁹ Vgl. Musiolek, Bettina 2010: Geschlechtergerechtigkeit und freiwillige Instrumente der Unternehmensverantwortung in globalen Produktionsnetzwerken und Lieferketten. INEF Forschungsreihe Menschenrechte, Unternehmensverantwortung und Nachhaltige Entwicklung 07/2010. Duisburg: Institut für Entwicklung und Frieden, Universität Duisburg-Essen.

16. Welche Wirkungen entfaltet das Projekt? (Diskurse, regionale Aktivierung, Verbesserung der sozialen Situation, Umverteilung von Ressourcen usw.)

Die Wirkungen der CCC liegen auf verschiedenen Ebenen. Hier seien wichtige Erträge der CCC-Arbeit aus den Bereichen der politisch-wissenschaftlichen Diskurse, des Unternehmenshandelns sowie der öffentlichen Meinung kurz erläutert.

Diskurs um Solidarität:

Die CCC hat den Begriff der Solidarität in neue Zusammenhänge gestellt – weg vom materiellen Inhalt des Teilens, Spendens, weg von einer Opfersicht auf die Objekte der Solidarität. Es geht ihr um verschiedene Rollen im gemeinsam tätig sein für gleiche Ziele, um Empathie und Augenhöhe.

Diskurs um Unternehmensverantwortung und corporate governance:

Bell/Brown finden, dass die CCC es erreicht hat, dass Bekleidungshandelsunternehmen ihre Verantwortung für Arbeitsnormen in der Lieferkette anerkannt haben.

Bell/Brown (S. 12) zitieren den Vertreter einer Multistakeholder-Institution:

“CCC have been one of the defining influences on code of conduct over the last 10 years. Codes of Conduct have moved from being a fringe idea to a central plank of every single CSR policy in the industry. A large part of that is because CCC internationally have been a champion for the role of brands taking action... and have placed and kept the issue in the public domain”

Johannes Merck, in der Geschäftsleitung der Otto Group für CSR zuständig und Geschäftsführer der Michael-Otto-Stiftung, berichtet, dass die CCC in den Vorstandsetagen der global operierenden Handelshäuser das Bewusstsein dafür geschaffen habe, dass die Situation von ArbeiterInnen, die Bekleidung für sie herstellen, auch in ihren Verantwortungsbereich fällt. Der öffentliche Druck habe gewirkt. Merck bekennt, dass das Wissen darum, sich immer wieder rechtfertigen zu müssen, zu der Einsicht geführt habe, „dass da tatsächlich etwas nicht stimmen könne“²⁰.

(Siehe Antwort zu Frage 13.)

Diskurs um Menschen-, Frauen- und Arbeitsrechte:

Politische versus wirtschaftliche, soziale, kulturelle Rechte

Arbeits- und Menschenrechte

Im Globalen Westen und Norden spielen die WSK-Rechte (wirtschaftlich-soziale) in juristischer und politischer Praxis eine geringere Rolle verglichen mit den politischen Freiheiten. Während politische (Menschen-)Rechte nach wie vor in Öffentlichkeit und Medien stärker präsent sind, enthält der CCC-Kodex politische wie WSK (Menschen-)Rechte gleichermaßen²¹. Auch die praktische Kampagnenarbeit vereinigt beide Rechtscluster.

²⁰ Wiedergabe eines Statements während einer Podiumsdiskussion in Hamburg in einer Email von Waltraud Waidelich vom 19.2.2009 an die Autorin.

²¹ Dies war zuerst dem „Übereinkommen zur Beseitigung jeder Form der Diskriminierung der Frau“

So schreibt Abigail Hansen in ihrem „CCC-Summary“, das die von EuropeAid bezuschusste Eilaktionsarbeit der CCC evaluiert:

„The broad rights spectrum that the Project ultimately addresses [...] provides a “bridge” towards reconciling civil and political rights with social and economic rights.“
 „There is a clear use of human rights instruments to place labour rights in the broader human rights context.“

In der CCC-Arbeit werden Arbeitsnormen in den Kontext politischer *und* wirtschaftlich-sozialer Rechte gestellt und als Menschenrechte interpretiert. Sie tritt damit einer Wieder-Verengung des Diskurses um Menschenrechte und Gewalt entgegen.

Frauen- und Arbeitsrechte

Zusätzlich zu dieser Erweiterung der Perspektive verkörpert die CCC die Zusammenführung von Frauen- und Arbeitsrechten. 100 Jahre nach Proklamation des Internationalen Frauentages – inspiriert durch NäherInnen- und TextilarbeiterInnenstreiks in Russland, USA, Österreich und Deutschland, v.a. in Crimmitschau – waren einerseits zehn Arbeitsstunden am Tag ein Traum für viele Näherinnen und andererseits die Integration der Arbeiterinnen in die Arbeiterbewegung nicht gelungen.



Die im CCC-Kodex zusammengefassten Menschen- und Arbeitsrechte haben über die letzten 15 Jahre mithilfe intensiver Kampagnenarbeit auf verschiedenen Ebenen und bei allen relevanten Stakeholdern insgesamt Definitionsmacht entfaltet und sind mittlerweile als Normenkatalog in der Branche anerkannt und durchgesetzt. Andere Normenkataloge sind davon abgeleitet worden oder legitimieren sich in Bezug auf den CCC-Kodex. So haben Ende der 90er Jahre der IBFG (Internat. Bund Freier Gewerkschaften), Multistakeholder-Kontroll- und Zertifizierungsorganisationen wie Fair Wear Foundation, Ethical Trading Initiative, Social Accountability International und Fair Labour Association ihre Kodizes davon abgeleitet.

CEDAW 1979 gelungen.

Case study

**Clean
Clothes
Campaign**

Unternehmenshandeln und Governance der Lieferketten:

Die Darstellung in diesem Abschnitt stützt sich auf die Studie von Bell/Brown „Impact Assessment of Corporate Accountability Activities of Clean Clothes Campaign“ aus dem Jahre 2010. Bell/Brown haben anhand von Stakeholder-Befragungen ermittelt, welche Wirkungen die CCC-Arbeit auf dem Gebiet der Unternehmensverantwortung entfaltet hat.

Problembewusstsein bezüglich Arbeitsbedingungen in der Lieferkette

„CCC have been very influential at getting issues onto companies' agendas and getting them to take action.“, geben Bell/Brown eineN VertreterIn einer Multistakeholder-Institution wieder. „Nearly 75% of internet survey respondents reported that CCC work had raised their awareness/understanding of labour issues.“ Als Beispiele nennen die Interviewten Probleme in Bangladesch, konkrete Arbeitsrechtsverletzungen in der Türkei, Heimarbeit in Lieferketten von Bekleidung, die Praktiken von Handelsketten im Einkauf von Bekleidung. Obgleich bisher keine durchgreifenden Verbesserungen im Lohn der ArbeiterInnen erreicht werden konnte, konzedieren die Interviewten, dass „the issue is now on the agenda and that change is in process“. (S. 13)

Diese Wirkungen konnten durch CCC-Tätigkeit auf verschiedenen Ebenen erzielt werden: Zum einen direkt mit Unternehmen, andererseits vermittelt über Multistakeholder-Institutionen wie Fair Labour Association (FLA), Fair Wear Foundation (FWF) und Ethical Trading Initiative (ETI), über den Ruggie-Prozess, über Olympia-Institutionen (Play Fair at the Olympics-Campaign) oder Kommunal- und Landesverwaltungen. (S. 14)

Insbesondere die Vermittlung über Verwaltungen erwies sich als wirksam, denn sie konnten mobilisiert werden, um als Großkunden Arbeitsnormen von ihren Lieferanten einzufordern.

Notwendigkeit der Zusammenarbeit mit Arbeitsrechts-Akteuren an Produktionsstandorten

Bell/Brown zufolge bescheinigen UnternehmensvertreterInnen der CCC ebenfalls, dass „many companies have learned the value of multi-stakeholder engagement from engaging with CCC and feel that credible stakeholder participation is an important part of their overall work in this area“ (S.14). Die CCC hat die Entscheidung der Unternehmen, vor Ort mit Gewerkschaften und Arbeitsrechtsgruppen zusammen zu arbeiten, bestärkt.

Monitoring, Berichterstattung, Transparenz

„CCC campaigns have ... helped open our eyes for the fact that we need to become far more transparent in our work.“, bezeugte einE UnternehmensvertreterIn (S. 15). Ein Ergebnis dieser Transparenz war die Veröffentlichung von Liefererlisten durch einige Marken- und Handelsfirmen. Im Vorfeld der Londoner Olympiade hat Adidas beispielsweise eine Liefererliste mit den bei jedem Lieferanten vorzufindenden ArbeiterInnenvertretungen veröffentlicht.

Einige Unternehmen anerkannten auch die Notwendigkeit der eigenen Überprüfung von Arbeitsnormen und gleichzeitig der unabhängigen Kontrolle.

Öffentliche Meinung, Bekanntheit:

Es ist ein in der öffentlichen Meinung etablierter Fakt, dass Bekleidung in der Regel in Asien unter sehr schlechten Bedingungen genäht wird. Dieser Tatbestand war vor 15 Jahren weitgehend unbekannt. Dass Medien und andere öffentliche Räume diese Information vermittelten war zum großen Teil Ergebnis der Arbeit der CCC.

Während KonsumentInnen die CCC als Organisation kaum kennen, ist sie bei Stakeholdern an Produktionsstandorten gut bekannt. A. Hansen konstatiert in ihrer Evaluierung für EuropeAid: „[...] the organisation is clearly visible in its target regions and amongst its target groups“.

Zusammenfassung:

Die CCC hat ihr Ziel der Verbesserung von Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie punktuell erreichen können und ist in Schritten vorangekommen. Sie hat Diskurse, öffentliche Meinung und die Verantwortungsübernahme durch die Unternehmen nachhaltig beeinflusst.

"The Project provides vital groundwork in awareness raising, working directly with companies, and empowering local partners to follow-up.", fasst Abigail Hansen in ihrer Evaluierung für EuropeAid zusammen.

17. Wurden Verbindungen zu ähnlich gelagerten Initiativen/Projekten in Deutschland oder anderen Ländern gesucht und gefunden? Ist das Projekt Teil eines nationalen oder internationalen Netzwerkes?

Siehe v.a. Antworten zu Fragen 1. und 3.

31

18. Wie ist die Relation zwischen den Veränderungen im Rahmen des Projektes (Veränderung der Beteiligten und ihrer Handlungsmöglichkeiten) und globalen Entwicklungsprozessen zu beschreiben?

Während die CCC mehr und stärkere Wirkungen entfaltet, verschlechtern sich die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Dies wird in der Bekleidungsbranche als früh und stark globalisiertem Sektor deutlich spürbar. Flexibilität, Prekarisierung und Informalisierung der Arbeit sind seit Jahren zu beobachten.

Abigail Hansen stellt in ihrem „CCC-Summary“ fest, das die von EuropeAid bezuschusste Eilaktionsarbeit der CCC evaluiert:

„The Project is highly reactive to significant external events, at all levels, for example by integrating the Ruggie Report into their activities.“

Sie bescheinigt somit der CCC hohe Sensitivität gegenüber Entwicklungen in der Bekleidungsbranche ebenso wie im politischen Raum.

Die Folgen der globalen Entwicklungen sind für die CCC selbst in zwei Richtungen spürbar: Zum einen gehen Finanzierungsmöglichkeiten durch konservative Regierungswechsel stark zurück. Damit reduzieren sich die Kapazitäten der Kampagne. Zum anderen schränken sich Handlungsmöglichkeiten für eine kritische Öffentlichkeit ein. Totalitäre Auslegungen von Meinungspluralismus werden nicht nur in Italien gebräuchlich.

Insgesamt muss eingeschätzt werden, dass die Rahmenbedingungen für globalisierungskritische Gruppen und Netzwerke schlechter werden und sich ihre Spielräume einengen. Gleichzeitig jedoch wird die Kampagne wirksamer.

Quellenauswahl:

Ascoly, Nina/ Dent, Kelly/ de Haan, Ester 2004: Critical issues for the garment industry, Centre for Research on Multinational Corporations (SOMO), Amsterdam

Ascoly, Nina 2004: The Global Garment Industry and the Informal Economy: Critical Issues for Labor Rights Advocates. IRENE/CCC Discussion Paper, Amsterdam/ Meißen

Ascoly, Nina/ Clean Clothes Campaign 2004: Campaigning strategies on informal labour in the global garment industry, Seminar report, 2004, Meißen/ Amsterdam

Ascoly, Nina/ Bettina Musiolek/ Ineke Zeldenrust 2000: Codes of Conduct and the Clean Clothes Campaign, In: Scherrer/Greven (eds.). Global Rules for Trade: Codes of Conduct, Social Labeling, Workers' Rights Clauses

Barendt, Regina/ Musiolek, Bettina 2007: Die Stimmen der Arbeiterinnen. Zur Situation von Frauen in der Bekleidungsindustrie Osteuropas und der Türkei, Clean Clothes Campaign und Evangelische Akademie Meißen. Meißen/ Amsterdam

Clean Clothes Campaign 2009 a: Cashing In: Giant retailers, purchasing practices, and working conditions in the garment industry", Amsterdam.

Clean Clothes Campaign 2009 b: False Promises. Migrant Workers in the Global Garment Industry CCC Discussion Paper; <http://www.cleanclothes.org/resources/ccc/working-conditions/false-promises>

Clean Clothes Campaign 2009 c: Gender Policy Statement, Amsterdam.

Clean Clothes Campaign/ Merk, Jeroen 2009: Würdige Löhne über Grenzen hinweg: Der ‚Asia-tische Grundlohn‘. Gekürzte deutsche Fassung von „Stitching a Decent Wage Across Borders: The Asia Floor Wage Proposal“. Berlin

Clean Clothes Campaign/ INKOTA 2008: Hürden überwinden: Schritte zur Verbesserung von Löhnen und Arbeitsbedingungen in der globalen Sportbekleidungsindustrie, Amsterdam / Berlin. (Englisch: www.clearingthehurdles.org)

Clean Clothes Campaign 2007: The ETI Assesses its Impact. Amsterdam

Clean Clothes Campaign/ Ascoly, Nina/ Finney, Chantal 2005: Made by Women: Gender, the Global Garment Industry and the Movement for Women Workers' Rights, Amsterdam.

Clean Clothes Campaign 2005: Looking for a Quick Fix: How Weak Social Auditing is Keeping workers in Sweatshops. Amsterdam.

Clean Clothes Campaign 2002: Made in Southern Africa, Amsterdam

Clean Clothes Campaign 1998: Made in Eastern Europe, Amsterdam

Maquila Solidarity Network 2003: MEMO: CODES UPDATE NUMBER 13, December 2002/ Januar 2003, Toronto.

Maquila Solidarity Network 2008: Proposals for Changes to FLA Code, September 11, 2008, Toronto.

Musiolek, Bettina 2009: STREENET – CCC – ITUC-PERC field visit October/ November 2009 to Kyrgyzstan and South-East Europe. Internal Report, Meißen.

Musiolek, Bettina 2006: Interessenvertretungen in der Bekleidungsindustrie Mittel- und Südosteuropas. In: WSI-Mitteilungen Jg. 59, H. 1, Schwerpunktheft Weltmarkt und Gewerkschaftsarbeit, S. 47-51.

Musiolek, Bettina 2002: Decent Work in the Informal economy - CEE/CIS region, study commissioned by ILO, informal sector unit

Musiolek, Bettina/ Vassileva, Verka 2003: Investigating Women's Working Conditions along Supply Chains of Multinational Companies, Manual. The example of the garment industry in CEE/SEE and Turkey. Meißen/Sofia

Musiolek, Bettina 2002: Made in ... Osteuropa. Die neuen 'fashion Kolonien'. TERRE DES FEMMES – Kampagne für Saubere Kleidung. Berlin. 40 Seiten

Musiolek, Bettina (Hrsg.) 1999: Gezähmte Modemultis? Verhaltenskodizes: ein Modell zur Durchsetzung von Arbeitsrechten? Eine kritische Bilanz. Brandes & Apsel. Frankfurt/Main, Wien.

Musiolek, Bettina (Hrsg.) 1997: Ich bin chic, und Du musst schuften. Frauenarbeit für den globalen Modemarkt. Brandes & Apsel. Frankfurt/Main, 1997

Protokolle, Länderberichte und Vorlagen von europäischen Koordinationstreffen der CCCs