

# Knigge für Multis

## Einheitliche und verbindliche Regelungen der internationalen Arbeitsrechte

Nela Perle

„Verhaltenskodizes“ sind ein Schlagwort, das immer häufiger die Diskussionen um Verbesserung von ArbeiterInnenrechte weltweit dominiert. Die Bandbreite der Codes of Conducts ist groß, der Grad der effektiven Umsetzung schwer messbar, die tatsächlichen Verbesserungen für ArbeiterInnen sind noch bescheiden. Aber es ist ein Schritt in die richtige Richtung. Eine neue Kampagne der *Frauensolidarität* soll einen Beitrag zum nachhaltigen Erfolg der Verhaltenskodizes leisten.

Im Kontext der wirtschaftlichen Globalisierung haben multinationale Unternehmen in den letzten Jahren unter der Maxime der Kostenreduzierung ihre Produktion zunehmend in Niedriglohnländer der „Dritten Welt“ ausgelagert. Die Arbeitsbedingungen bei diesen Zulieferbetrieben entsprechen häufig weder der nationalen Gesetzgebung noch den internationalen Standards, wie sie u.a. in den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) festgelegt sind. Die Löhne reichen nicht für ein menschenwürdiges Leben der Arbeiterinnen und ihrer Familien, Demütigungen und Diskriminierung durch ihre männlichen Vorgesetzten sind an der Tagesordnung, gewerkschaftliche Organisation wird oft gewaltsam zerschlagen.

Vor diesem Hintergrund und in Zusammenhang mit der internationalen Diskussion über die soziale Verantwortung von Unternehmen (Corporate Social Responsibility) haben in den letzten zehn Jahren weltweit Gewerkschaften, Frauen-, Menschenrechts- und entwicklungspolitische Organisationen – so auch die *Frauensolidarität* – massiv Druck auf multinationale Unternehmen ausgeübt, damit diese entsprechende Maßnahmen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen setzen.

### Schöne Worte – tolle Broschüren

Zahllose Konsumentinnen konnten in Österreich für das Thema z.B. im Rahmen der Clean-Clothes-Kampagne sensibilisiert werden, die österreichischen Geschäftsführer von Adidas, Nike und Triumph mussten feststellen, dass aufgebrachte Kundinnen auch bereit sind, für fair produzierte Kleidung auf die Straße zu gehen, und die Frage nach Kaufalternativen wurde täglich lauter. Der Druck auf die Unternehmen wuchs und diese reagierten mit schön gestalteten Broschüren, in denen besorgten KundInnen versichert wurde, dass das jeweilige Unternehmen selbstverständlich auf die Einhaltung sämtlicher Arbeitsrechte achte und

ihre Zulieferbetriebe durch das Unterzeichnen eines Code of Conducts dazu verpflichte, dies ebenso zu tun, ansonsten würden die Aufträge storniert.

Es war ein Schritt in die richtige Richtung, auch wenn dieser von den Unternehmen eher aus marketingstrategischen Motiven denn aus sozialen gesetzt wurde.

Die Überprüfung der Umsetzung dieser Arbeitsverhaltenskodizes rückte nun in den letzten fünf Jahren immer mehr ins Zentrum des Interesses. Es entstanden einige Initiativen in der USA und Europa, die Modelle zur Code-Implementierung und -Verifizierung entwickelten, wie z.B. die 1998 in England gegründete Ethical Trading Initiative (ETI), die US Fair Labor Association (FLA), mit der Adidas kooperiert, die Social Accountability International (SAI) mit dem Zertifikat SA8000 oder die holländische Fair Wear Foundation (FWF), die auf europäischer Ebene ein gangbares Modell der externen Verifizierung (allerdings ohne Zertifizierung) entwickelt hat.

### ArbeiterInnen stärken

Wie schwierig es tatsächlich ist, mit Hilfe von Arbeitsverhaltenskodizes die Arbeitsbedingungen effektiv zu verändern, zeigen die Diskussionen auf der *Ethical Trading Initiative Conference*, die im Mai 2003 in London stattgefunden hat\*:

- Die größte Schwierigkeit besteht darin, eine gute, unabhängige, externe Überprüfung durchzuführen. Selbst FirmenvertreterInnen geben offen zu, dass kommerzielle Auditfirmen nur eingeschränkt für Sozialaudits geeignet sind.
- Zu viel Aufmerksamkeit wird dem eingeräumt, was Zulieferbetriebe tun sollen, um Sozialstandards umzusetzen, anstatt dar-



über zu diskutieren, was Handelskonzerne und Importeure im globalen „Norden“/„Westen“ tun müssen, z.B. faire Preise und Lieferzeiten vereinbaren, die die Einhaltung von Arbeitsrechten ermöglichen.

– Seitens der Unternehmen wird zuviel Aufmerksamkeit den „einfacheren“ Problemen am Arbeitsplatz (z.B. Arbeitsschutz) gewidmet, wohingegen existenzsichernde Löhne und Organisationsrecht, die zweifellos wesentlich komplexere Problemlagen darstellen, zu wenig Beachtung bekommen. Vorrangig ist es, für die Beschäftigten Möglichkeiten zu schaffen, damit sie ihre Rechte selbst wahrnehmen können.

### Neue Kampagne

Trotz aller Diskussionen und Defizite – vor allem bei der Umsetzung – haben sich die Verhaltenskodizes zu einem nützlichen Instrument entwickelt, mit Hilfe dessen Rechte eingefordert werden können, das aber auch zur Bewusstseinsbildung auf Seiten der Unternehmen, der ArbeiterInnen und der KonsumentInnen beiträgt. In diesem Zusammenhang hat nun die *Frauensolidarität* zusammen mit der *Christlichen Initiative Romero* (Deutschland) eine Kampagne „Verhaltenskodizes für Multinationale Unternehmen – eine Informations- und Mobilisierungskampagne unter besonderer Berücksichtigung der Süd- und Frauenperspektive“ gestartet, die der Verbesserung und Vereinheitlichung der existierenden Arbeitsverhaltenskodizes sowie der Einrichtung einer Instanz zur Überprüfung derselben den Weg bereiten sollen. Anliegen von Produktkampagnen wie Clean Clothes, Transfair oder der Blumenkampagne werden in dieser neuen Initiative zusammengefasst, der Focus ist die Forderung nach einheitlich festgeschriebenen und konkreten Mindestarbeitsrechten für sämtliche Branchen und Produktionsbetriebsarten und die Garantie der Umsetzung in der gesamten Produktionskette.

Mit der neuen Kampagne soll nicht nur Druck auf multinationale Konzerne – sei es Textil, Blumen, Lebensmittel oder Elektrogeräte – ausgeübt, sondern auch Lobbying auf politischer Ebene betrieben werden, damit mittelfristig verbindliche internationale Regelungen implementiert werden. Denn Verhaltenskodizes können langfristig auch kein Ersatz für nationale, europäische und internationale Rechtsvorschriften sein.

Die Verhaltenskodizes, die sich einige multinationale Konzerne bereits auferlegt haben, weisen massive Defizite auf. Daher for-

dert die Kampagne eine einheitliche Regelung folgender Punkte:

– Das Bekenntnis zu existenzsichernden Löhnen fehlt in vielen Fällen. Die Kodizes müssen existenzsichernde Löhne garantieren.  
– Frauenspezifische Probleme sollten in den Verhaltenskodizes und insbesondere bei deren Kontrolle stärkere Berücksichtigung finden. Hygiene-, Gesundheits- und umfassende Arbeitsplatzsicherheit, aber auch Diskriminierung bezüglich Schwangerschaft stehen hier im Mittelpunkt.

– Das Recht auf Organisationsfreiheit darf in den Kodizes nicht nur abstrakt genannt werden, sondern muss über das Monitoring konkrete Unterstützung erfahren. Das faktische Verbot von gewerkschaftlicher Organisation trotz formaler Garantien stellt derzeit das vielleicht größte Problem für die betroffenen ArbeiterInnen bei der Durchsetzung ihrer Arbeitsrechte dar.

– Die Reichweite der Kodizes darf sich nicht nur auf die Situation in direkten Zulieferbetrieben beschränken, sondern muss auch Sub- und Sub-Sub-LieferantInnen bis hin zu HeimarbeiterInnen einbeziehen. Die Auslagerung in Subunternehmen und Heimarbeit mit deutlich schlechteren Arbeits- und Lohnbedingungen soll damit verhindert werden.

– Die Überprüfung und Verifizierung der Einhaltung der Kodizes muss unabhängig, unter Beteiligung lokaler NGOs und Gewerkschaften, stattfinden.

### Konkrete Maßnahmen

Konkrete Maßnahmen des dreijährigen Projekts, im Rahmen dessen obige Forderungen an eine breite Öffentlichkeit gebracht werden sollen, werden die Organisation einer Frauenreise nach Indien zum Austausch mit Gewerkschafterinnen und Arbeiterinnen, die Produktion eines Videos zum Thema frauenspezifischer Forderungen der Kodizes sowie ein Kalender und eine Plakataktion zum Thema Frauenarbeitsrechte sein. Durch die Informierung und Mobilisierung von MultiplikatorInnen im Bildungswesen, in Gemeinden, in Frauen- und EZA-Gruppen sowie Medien soll eine breite Öffentlichkeit sensibilisiert und aktiviert werden, sich gegenüber Unternehmen und politischen EntscheidungsträgerInnen für konkrete Verbesserungen von Verhaltenskodizes und damit für Verbesserung der Arbeitssituation von Millionen von Frauen weltweit einzusetzen.

#### Anmerkung:

\* Basierend auf einem Konferenzbericht von Bettina Musiolek.

