

Das schlechte Gewissen kauft mit, wenn billig in der Dritten Welt produziert wurde – aber:

«Nein zur Kinderarbeit ist Blödsinn.»

Ob ein Boykott sinnvoll ist oder nicht, kann nicht schlüssig beantwortet werden», sagt Ueli Ramseier. Er ist Geschäftsleiter der Stiftung Step, welche Sozialstandards in der Teppichproduktion durchsetzt. «Wir haben den Weg gewählt, Firmen zu unterstützen, die ihre Verhältnisse verbessern wollen, statt die anderen zu boykottieren.» Damit Grosskonzerne überhaupt bereit gewesen seien, das Gespräch zu suchen, seien aber Proteste notwendig gewesen. Immerhin, sagt Ramseier, habe sich in den letzten fünf Jahren das Bewusstsein im Westen für eine sozialverträgliche Produktion gebildet: «Die Sensibilisierung ist heute da; jede Kleiderfirma hat heute irgendeinen Verhaltenskodex. Das heisst aber noch nicht, dass die Löhne in den Entwicklungsländern tatsächlich gestiegen sind.» Step hat neunjährige Erfahrung im Kampf um Verbesserungen. Die Umsetzung sei langwierig; ein Unternehmen brauche für die ersten Schritte rund zweieinhalb Jahre Zeit. «Wir sind in einer Umbruchphase, die noch einige Jahre dauern wird.»

Aus der Wohlstandswarte.

Markus Breuer, Mitarbeiter am Institut für Wirtschaftsethik der Universität St. Gallen, will die Zustände in den armen Produktionsländern nicht nur durch die westliche Brille betrachten: «Kinderarbeit einfach zu verbieten ist eigentlich Blödsinn.» Kinderarbeit ist durch die International Labour Organization der Uno (ILO) verboten – viele der betroffenen Kinder «wollen ihre Familie aber finanziell unterstützen können, weil sie sonst zu wenig zum Leben haben und sich für die Familie ver-

antwortlich fühlen». Zudem müssen die Kinder teilweise selber Geld verdienen, damit sie sich überhaupt etwas Schulbildung ermöglichen können. «Wir müssen uns im Westen überlegen, wie man diesen Kindern trotz der Arbeit eine Ausbildung ermöglichen kann. Wir beurteilen Kinderarbeit nur aus unserer Wohlstandswarte.» Nach Breuers Einschätzung tue sich bei den westlichen Unternehmen «wahnsinnig viel». Er plädiert für ein Konsumentenverhalten nach dem gesunden Menschenverstand: «Wenn eine Hose nur zehn Franken kostet, liegt es auf der Hand, dass sie möglicherweise nicht sauber produziert wurde.» Die Konsumentinnen und Konsumenten trafen eine Wahlentscheidung – «entweder will ich billige oder vernünftige Ware. Beides zu bekommen wird schwer.» Es sei zynisch, für sozialverträglich und ökologisch Produziertes nicht mehr bezahlen zu wollen, aber die Unternehmen wegen schlechter Bedingungen anzuklagen. «Bei den Konsumenten liegt eine Menge Verantwortung.» Dennoch fordert Breuer von den Unternehmen als den stärkeren Akteuren mehr Transparenz. Der Konsumentenverantwortung schliesst sich der Kommunikationsleiter der Stiftung Swisscontact an. «Nach unserer Erfahrung läuft alles nur über Konsumentendruck», sagt Ueli Stilli. Das Ziel von Swisscontact ist es, nach dem Prinzip Hilfe zur Selbsthilfe eine sozialverträgliche und ökologische Entwicklung in Entwicklungsländern zu unterstützen. «Wenn der Druck gross genug ist, stellen die Händler schnell um. Aber die Zeiten von Boykott sind vorbei. «Mittlerweile sind immer mehr verantwortungsbewusste Un-

ternehmen auf der Suche nach konkreten Verbesserungsmöglichkeiten.» Es sei dabei wichtig, die ganze Produktionskette «im Griff» zu haben und «systemisch» anzuschauen. Die Zusammenhänge sind komplex. Fordert ein Abnehmer bessere Produktionsbedingungen von seinem Lieferanten, kann er von ihm nur Sozialstandards einfordern, wenn er den Betrieb zu über 50 Prozent auslastet. Bei kleineren Bestellmengen fehlt sonst der Anreiz, bessere Arbeitsbedingungen zu schaffen.

Fairtrade wird zum Standard.

Ein eher gutes Zeugnis stellt auch Christian Hofer den Grosskonzernen aus. Hofer ist Infobeauftragter für Entwicklungszusammenarbeit beim Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco): «Man kann mit gutem Gewissen bei westlichen Grossverteilern einkaufen, im Wissen um die vielen Initiativen zur Förderung umwelt- und sozialgerechter Produktionsmethoden. Global ist heute alles so vernetzt, dass bei den westlichen Grossfirmen die Kontrolle am schärfsten ist.» Der Volksglaube gehe davon aus, dass Kleinfirmen etwa in Indien oder Afrika am saubersten produzieren. «Dies ist nicht immer der Fall, es gibt auch solche, die die Umwelt- und Sozialstandards nicht einhalten, was sich oft internationalen Kontrollen entzieht.» Grosse Firmen aber könnten sich marketingtechnisch schlicht keine Skandale mehr leisten. «Faire Bedingungen werden zum Standard; wir sind schon auf einem recht hohen, aber noch verbesserungsfähigen Niveau.»

Marion Eberhard.

Inhalt:

- 1 Front:** Mit gutem Gewissen.
- 3 Argumente:** Fairtrade.
- 4 Fundus:** Labelsalat.
- 7 Box:** Busstationen.
- 9 Kopfstand:** Oeschger.
- 11 Fokus:** Gisela Beutler.
- 13 Mix:** Schulercomputer.
- 15 Bildlegende:** Von Göttern.
- 16 Einblick:** Fridolin Müller.
- 19 Tagebuch:** Witzemann.
- 21 Carte blanche:** Arme Pendler!
- 22 Forum:** Wem nützt das Paket?
- 26 Wintertour:** Bossa Nova.
- 28 Agenda:** Veranstaltungen.
- 30 Werwaswo:** Nummern.
- 31 Faksimile:** Rotkreuztag.
- 32 Basar:** Kauf und Tausch.
- 34 Kirchen:** Gottesdienste.
- 35 Hinschiede:** Beerdigungen.
- 39 Rückblitz:** Völkermord.
- 40 Tour/Retour:** Esther Arnet.

**KRÄTTLI
SPENGLER
SANITÄR**

Martin Krättli
eidg. dipl. Sanitär-Installateur
Wülflingerstrasse 246
8408 Winterthur
T. 052 222 19 16, F. 052 222 58 37

Mitglied Schweizerischer Spenglermeister- und Installateur-Verband SSV

BM Schreinerei Müller AG
Innenausbau, Möbel, Küchen

«My Home is my Castle»
mit einer unserer
neuen Haustüren!

Schlachthofstr. 6 8406 Winterthur Tel. 052/2038044
Ein Partner vom Möbelzentrum des Handwerks

Wir stehen Ihnen seit **10** Jahren mit Rat und Tat zur Seite

Lampen mit Shop

Tösstalstrasse 52 • 8483 Kollbrunn
Tel. 052 383 32 00 • Mo geschlossen