



WM06 „FAIR PLAY“?

FÜR MENSCHENWÜRDIGE ARBEITSBEDINGUNGEN IN DER WELTWEITEN BEKLEIDUNGSINDUSTRIE

HERBERT HAINER

Vorstandschef von adidas-Salomon



Alter 50, verheiratet, 2 Kinder

Beruf: Diplom-Betriebswirt

Beruflicher Werdegang: 1979 Marketing-Manager für Deutschland bei dem Konsumgüterkonzern Procter & Gamble. 1987 wechselte er zu adidas und durchlief mehrere verantwortungsvolle Positionen bis er im März 2001 Vorstandsvorsitzender wurde.

Weitere Mandate: Mitglied des Aufsichtsrats der Bayerischen Versicherungsbank AG (München), der FC Bayern München AG und der Engelhorn KgaA (Mannheim)

Titel/Preise: Ökomanager des Jahres 2005; Bambi Kategorie Wirtschaft 2003; 2005 Auszeichnung Golden Bull für „Unternehmer des Jahres“

Jährlicher Verdienst: **4,17 Millionen Euro**
Veränderung zum Vorjahr: plus 89 Prozent

Entlassene Gewerkschafterin (Näherin) ESTELA RAMIREZ

Alter 39, geschieden, 2 Kinder

Beruf: Textilarbeiterin

Beruflicher Werdegang: 1975 Saisonarbeiterin bei Kaffeeernte. Seit 1995 Textilarbeiterin in verschiedenen Nähfabriken in El Salvador, 2000–2005 bei Hermosa-Manufacturing.

Weiteres Mandat/Titel: Sprecherin der Gewerkschafterinnen von Hermosa-Manufacturing

Jährlicher Verdienst: in der Regel 1.800 Euro

Jährlicher Verdienst seit Mai 05: **0 Euro**
Veränderung zum Vorjahr: minus 100 Prozent



DEUTSCHLAND – EL SALVADOR 4:0

DES KAISERS KLEIDERSORGEN



DER KAISER WAR ENTSETZT

Es hätte ein so schöner Tag werden sollen. Er hatte nicht viel zu tun an diesem Tag. Er hatte nicht viel mehr vor, als einen weiteren kleinen Schritt zu tun, der ihn ein wenig näher an sein großes Lebensziel bringen sollte. Er wollte nicht viel mehr aber eben

auch nicht viel weniger werden als eine Persönlichkeit von historischem Rang, einer, dem noch Generationen später ganze Seiten in den Geschichtsbüchern des Landes gewidmet würden. Er wurde Lichtgestalt genannt, Kaiser nannte man ihn schon länger. Doch er wollte nicht mehr nur Kaiser genannt werden – er wollte ein wahrer Kaiser werden.

Dieses Ziel verlor er nie aus den Augen. Er wusste, gerade Kleingkeiten können es sein, die auf dem Weg nach oben zu Stolpersteinen werden können. Bald schon sollten sie beginnen, die Fußballweltspiele, die zu seinen Ehren im Jahre 2006 in Deutschland stattfanden. Es war alles gerichtet. Die Eintrittskarten waren teuer verkauft, die Stadien schön anzusehen und der Spielplan vielversprechend. Zigttausende hatten sich als freiwillige Helfer gemeldet, um die Fußball-WM zu wahren Kaiserfestspielen zu machen. Heute hatten sie ihre WM-Klamotten bekommen. Frauen und Männer beinahe jeden Alters hatten sich in Reih und Glied vor dem Kaiser aufgebaut. Die so genannte offizielle Kleidung hatten die Helfer von einem Partner des Kaisers bekommen, von einer Firma aus Herzogenaurach, dem Ort, der liebevoll Lothar-Matthäus-Stadt genannt wurde, in Erinnerung an den Thronfolger des Kaisers und zweitbedeutendsten Sohn des Ortes nach dem Schustermeister Adolf Dassler.

Der Kaiser schritt die Reihen der Helfer ab. Bei Frau Schmidt, die von rechts gesehen den 173. Platz in der Freiwilligenmenschekette einnahm, blieb der Kaiser stehen. Er war entsetzt. Das Logo seines Partners, jenes Zeichen

mit den drei Streifen, war derart schlecht auf die Jacke der Frau aufgestickt, dass einer, der von Kleidern etwas versteht, einer wie der Kaiser, das abstehende Fädchen einfach nicht hat übersehen können. Der Kaiser ging auf Frau Schmidt zu, betrachtete das Emblem noch einmal aus der Nähe und war sauer: „Das sieht doch unmöglich aus“, dachte er sich. Er grübelte. Er dachte nach. Doch er kam zu keinem Ergebnis. Sein Freund Hainer, derjenige, der die Firma mit den drei Streifen leitet, hatte ihm doch versichert und er wusste auch, das stimmt, dass es keine Kinderarbeit gibt in den Betrieben, die für seine Firma arbeiten.

Gäbe es sie noch, hätte sich der Kaiser nicht lange gewundert. Die Kleinen könnten es eben manchmal nicht besser. Hainer, überlegte der Kaiser, sei doch so stolz auf seinen Firmenkodex, der denjenigen, die die Sachen mit den drei Streifen herstellen, Mindeststandards garantiert, einen Mindestlohn in El Salvador von 151 Dollar beispielsweise.

Der Kaiser kann sich nicht genau vorstellen, was eine solche Zahl zu bedeuten hat. Vor kurzem wurde er nach der Höhe seiner Handyrechnung gefragt. Das wisse er nicht, habe er geantwortet, das werde automatisch

abgebucht. Aber wenn einer wie Hainer 151 Dollar zahle, dann werde das schon nicht zu wenig sein.

Viel Geld habe der Hainer, überlegte der Kaiser weiter, sowieso nicht übrig. Er müsse ja nicht nur die NäherInnen in Mittelamerika bezahlen, er müsse auch Leute wie David Beckham und Michael Ballack zufrieden stellen. Und die hätten einen ganz anderen Lebensstandard. Die müssten schon wesentlich mehr Miete zahlen als jemand, der in Vietnam Schuhe klebt. Und all die Plakate und Werbespots – auch das koste einfach Geld.

Gerade wenn eine Weltmeisterschaft ansteht, müsse man besonders viele dieser Dinge zeigen – schon allein, weil es die anderen auch machen – die andere Firma aus Lothar-Matthäus-Stadt zum Beispiel, die mit dem Raubtierlogo. Über eine Milliarde Euro will Hainer im Jahr der WM mit Fußballartikeln umsetzen. Das Zeug müsse erst einmal produziert werden.

Da hat es eine Firma, wie sie der Hainer hat, auch nicht unbedingt leicht. Ich würde, überlegte der Kaiser, den Leuten die 151 Dollar erst dann geben, wenn sie wirklich alles, was gebraucht wird, hergestellt haben. Wer in seiner Arbeitszeit dahin müsse,

wo selbst er, der Kaiser, zu Fuß hingeht, der sei selbst schuld. Klar, das sei anstrengend. Aber wer älter ist als 35 und meint, immer noch so hart arbeiten zu müssen, obwohl der Körper dazu eigentlich nicht mehr in der Lage ist, dem könne auch nicht geholfen werden. Da gehe es dem Näher nicht anders als dem Fußballer. Nichts ist schlimmer, als nicht rechtzeitig die Karriere zu beenden. Vielleicht aber, überlegte der Kaiser, ist der Akkord doch zu hoch, sonst hätte das mit dem Webfehler nicht passieren können.

Der Kaiser ging noch näher hin zu Frau Schmidt. Er wollte das störende Fadenende noch einmal in die Hand nehmen. Er atmete auf. Es war nur ein Fussel.

ES WURDE DOCH NOCH EIN GUTER TAG

aus: Kampf der Ausrüster – Die Fussball-Weltmeisterschaft im Land der Ideen. Christliche Initiative Romero (CIR), 72 Seiten, 7 €, www.ci-romero.de

Andreas Rüttenauer (Journalist)



SCHNELL UND BILLIG AUS DER PRODUKTIONSHÖLLE?

PUMA HAT NASE VORN



In knapp drei Monaten startet hierzulande die Fußball-WM. Für die großen Sportartikelhersteller hat das Großereignis jedoch längst begonnen. Mit teuren Marketingkampagnen rüsten Nike, adidas und Puma zur Offensive im Milliarden-geschäft. Im Schatten der Marketingstrategen stehen unzählige Frauen, die weltweit die teuer beworbenen Trikots nähen.

Bei der Fußball-WM schicken die Sportartikelhersteller ihre Vertreter an den Start: die besten Fußballer der Welt. Die Schuhe

und Trikots von adidas, Nike, Puma und Umbro unterscheiden sich qualitativ kaum, häufig werden sie in den gleichen Werkshallen in El Salvador, Indonesien und anderswo produziert. Die Kaufentscheidung für das jeweilige Produkt erfolgt über das Image, über die Identifizierung mit den Stars der Fußball-Szene.

Und die Strategie geht auf: Wir alle wurden ZeugnInnen als der krasse Außenseiter Griechenland überraschend bei der Europameisterschaft 2004 siegte. Die Nachfrage nach den griechischen Trikots mit den drei Streifen war zeitweise so groß, dass sie ausverkauft waren. Das Absatzziel für die diesjährige WM ist hingegen hochgesteckt: 1,5 Millionen Trikots und eine Million Paar Schuhe will der Konzern in den kommenden Monaten verkaufen. „Wir werden die WM zum Angriff nutzen“, heißt es dazu bei adidas. Das Ziel: Hauptkonkurrent Nike überholen. „Wir wollen nicht auf Dauer die Nummer zwei bleiben“, so der Vorstandsvorsitzende Hainer. Den Kampf um Marktanteile lässt sich der Konzern einiges kosten: 45 Millionen zahlte adidas für den Titel „offizieller FIFA-Sponsor“.

100 MitarbeiterInnen sind allein für das Marketing rund um die WM beschäftigt. Zum großen Schlag hat adidas bereits im Vorfeld der WM ausgeholt und Reebok, die Nummer drei, übernommen. Mit dem Reebok-Deal für 3,1 Milliarden Euro rückt adidas Marktführer Nike auf die Pelle und macht ihm vor allem auf dem heimischen US-Markt mächtig Konkurrenz.

Seit Monaten kursieren Gerüchte, dass Nike die verringerte Distanz zu adidas mit einer

Übernahme von Puma kompensieren will. Doch diese Gefahr sieht Puma-Chef Jochen Zeitz nicht. Mit der größten Marketing-Offensive in der Geschichte Pumas will der Konzern die beiden Konkurrenten angreifen. „Aus den großen Zwei im Fußball werden die großen Drei“, verkündete Zeitz. Geht es nach der Zahl der gesponserten WM-Teams, hat Puma derzeit die Nase vorn. Das Unternehmen mit dem Raubkatzen-Logo rüstet 12 WM-Teilnehmer aus.

SONNE, STRAND UND CAPIRINHA

Weltmarktführer Nike setzt auf die Trumpfkarte Brasilien. Ronaldinho, Robinho, Ronaldo & Co gelten als Top-Favorit für die Titelkämpfe. Im Nike-WM-Spot „Joga bonito!“ („Spiel schön!“) verzaubert Ronaldinho als kleiner Junge und später als großes Kind mit seinen Ball-Künsten die KonsumentInnen. Bereits 2002 profitierte das Unternehmen vom Titelgewinn Brasiliens. Zur WM

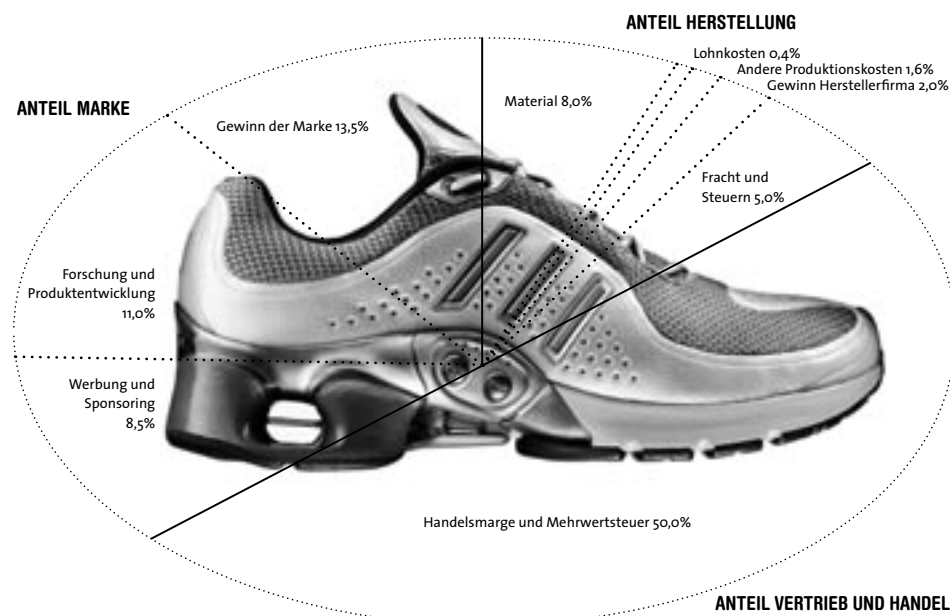
dürfte es wieder „in“ sein, in brasilianischen Trikots herumzulaufen.

Während die Sportartikelhersteller Milliarden in den Kampf ums Image investieren, sind sie sich in einem Punkt einig: die Produktionskosten müssen möglichst niedrig sein. Seit den 80er Jahren lassen sie alle ihre teuren Markenkleider in so genannten Billiglohnländern nähen. Geringe Löhne, wenig Kontrolle und ein Heer an willigen Arbeitskräften lockten die Konzerne ins Ausland. Nicht einmal ein Prozent des Verkaufspreises erhalten die Frauen und Männer, die in den weltweiten Nähstuben die Markenartikel fertigen.

„MADE IN HELL“

Erst die Angst vor Negativschlagzeilen, die das teuer erkaufte Image beschädigen könnten, hat in den Chefetagen der Sportartikelhersteller ein Umdenken angestoßen. Heute haben alle WM-Ausrüster einen mehr oder weniger gut ausformulierten Verhaltenskodex. adidas, Nike sowie Puma lassen dessen Einhaltung regelmäßig von der Fair Labor Association (FLA) prüfen, trotzdem sind Arbeitsrechtsverletzungen, wie der Fall Hermosa in El Salvador zeigt, weiterhin an der Tagesordnung.

Sandra Dusch Silva (CIR)



EIN SPORTSCHUH UNTER DER LUPE: DER LOHNKOSTENANTEIL LIEGT I. D. R. BEI WENIGER ALS 1% DES VERKAUFSPREISES.

KONKRET

WM-AUSRÜSTER

PUMA

Seit Dezember 2005 läuft ein Pilotprojekt der CCC mit Puma. Puma ist somit das erste Sportbekleidungsunternehmen, das sich auf ein bilaterales, weitgehendes Projekt mit der CCC einlässt. Ziel des gemeinsamen Pilotprojekts ist die Überprüfung der Arbeitsbedingungen bei zwei direkten und ggf. den indirekten PUMA-Lieferanten in El Salvador sowie die Umsetzung und Ausweitung einer unabhängigen Kontrolle.

Ob die Sozialstandards auch eingehalten werden, überprüft die lokale Organisation GMIES. Besondere Beachtung finden bei dem Projekt frauenspezifische Themen, welche u.a. durch die Beteiligung der salvadorianischen Frauenorganisation ORMUSA gewährleistet wird. In Workshops und Schulungen wird versucht, die ArbeiterInnen stärker in die Sicherung der Sozialstandards mit einzubeziehen.

Anlass zur Besorgnis liefern aber immer noch die geringen Löhne in den weltweiten Puma-Zulieferfabriken, die i.d.R. nicht die Grundbedürfnisse befriedigen. Zudem ignoriert der aktuelle Puma-Sozialbericht Momentum eines der Hauptprobleme in der globalen Bekleidungsindustrie, die Unterdrückung des Rechts auf Vereinigungsfreiheit und auf Kollektivverhandlungen. Dieses Problem wird im Bericht weder benannt noch wird erklärt, wie Puma in Zukunft diese Arbeitsrechtsverletzung angehen will.

NIKE

Bei dem honduranischen Nike-Zulieferer Hugger werden gewerkschaftliche Ansätze unter-

drückt. Den ArbeiterInnen wird gedroht, dass alle ihre Arbeitsplätze verlieren, wenn sich eine Gewerkschaft gründen würde. Auch in dem anderen untersuchten Nike-Zulieferbetrieb New Holland gibt es ein extrem gewerkschaftsfeindliches Klima. Bereits beim Verdacht eines Organisationsversuchs werden die vorwiegend weiblichen Angestellten entlassen. Bei diesem Nike-Zulieferer wird nicht einmal der staatlich festgelegte Mindestlohn gezahlt. Nur durch ein Bonussystem können die ArbeiterInnen den geringen Lohn erhöhen, dazu müssen sie das Arbeitslohn erfüllen und noch eine zusätzliche, hohe Stückzahl fertigen. Erreichen sie das Arbeitssoll nicht, gibt es in einigen untersuchten Nike-Zulieferfabriken auch prozentualen Lohnabzug. Wenn Großaufträge anstehen, werden die NäherInnen zu Überstunden gezwungen.

UMBRO

In Vietnam und China lässt die englische Firma Umbro seine Trikots fertigen. Massive Arbeitsrechtsverletzungen sind dort die Regel und keine traurige Ausnahme. Doch trotz der anhaltenden Kritik von KonsumentInnenkampagnen wie der Clean Clothes Campaign (CCC) hat sich Umbro kaum bewegt. Noch immer ist der Kodex des Konzerns mangelhaft und ArbeiterInnen wird das Recht, sich gewerkschaftlich zu organisieren, vorenthalten.

LOTTO

Lotto rüstet zwei Mannschaften zur WM aus, die sich überraschend qualifizieren konnten: die Ukraine sowie Serbien und Montenegro. Fußball ist bei dem Konzern, der 1973 als lokale Tennisschuhfirma gegründet wur-

de, ein immer größer werdender Werbemarkt. Aber vor allem in der Welt des Tennis ist Lotto nach wie vor ein großer Name und sponsert mehr als 100 TennisspielerInnen, darunter Boris Becker, Martina Navratilova und Thomas Muster.

Die Firma ist im Besitz von Italy Sport Design und ihr weltweiter Umsatz belief sich 2004 auf 256 Millionen Euro. In den Zulieferbetrieben von Lotto, die im Rahmen der Olympia-Studie 2004 überprüft wurden, berichteten die Beschäftigten über Löhne weit unter dem Existenzminimum, Lohnkürzungen und Strafen bei Krankheit, verbale und physische Angriffe, Hinderung an gewerkschaftlicher Betätigung, übermäßig hohe Produktionsvorgaben für ZeitarbeiterInnen und unbezahlte Überstunden. Ein Verhaltenskodex war im Vorfeld der Kampagne nicht öffentlich zugänglich. Zunächst verweigerte Lotto – wie 2003, als der Konzern bereits im Fokus einer internationalen Kampagne stand – die Stellungnahme. Erst zögerlich schickte Lotto seinen internen Verhaltenskodex an das Olympia-Bündnis. In dem Kodex fehlt unter anderem das Verbot von Zwangsüberstunden, ein Existenzsichernder Lohn (living wage) und Vereinigungsfreiheit. Angesichts der bestehenden Ausbeutung in den Zulieferbetrieben muss Lotto energische Maßnahmen einleiten, derartige Missbräuche bei der Produktion von Waren mit dem Lotto-Logo zu unterbinde.

Aktuelle Informationen zum Stand der Olympia-Kampagne und zu den Firmen Umbro, Lotto und Puma finden Sie unter www.cleanclothes.org (engl.)

BERICHT AUS MITTELAMERIKA

DER FALL HERMOSA



Eigentlich sollte es eine (fast) ganz normale Dienstreise nach El Salvador werden: Gemeinsam mit meinem Kollegen Maik Pflaum aus der Geschäftsstelle in Münster wollte ich unsere Projektpartner vor Ort besuchen. Und „nebenbei“ sollte es darum gehen, die Kampagne zur Fußball-WM vorzubereiten, mit Interviews, Fotos und auch TV-gerechten Filmaufnahmen über die Situation derjenigen, die für adidas, Nike und Co. im Lande die Sportkleidung herstellen. Aber dann kam es ganz anders.

ENDLOSES WARTEN

Gleich zu Beginn unseres Aufenthaltes erfuhren wir, dass die Fabrik „Hermosa“, Zulieferer u.a. von adidas, im Mai 2005 geschlossen wurde und die ArbeiterInnen auf der Straße stehen – im wahrsten Sinne des Wortes! Sie harrten vor dem Fabriktor aus, um zu verhindern, dass die Maschinen abtransportiert werden, aus deren Verkauf ein Teil ihrer Abfindungen bezahlt werden könnte. Und sie gingen am Tag nach unserer Ankunft auf die Straße, um öffentlich auf ihr Schicksal aufmerksam zu machen: über Jahre ausgebeutet, zu Hungerlöhnen ohne Sozialver-

sicherung, und jetzt, nach dem Versuch sich gewerkschaftlich zu organisieren, wurden sie allesamt ohne die ausstehenden Lohnzahlungen und Abfindungen auf die Straße gesetzt.

Die Fabrik Hermosa war für uns keine Unbekannte: Seit dem Jahr 2000 haben wir in regelmäßigen Abständen durch lokale Partner verdeckte Untersuchungen durchführen lassen. Die Resultate waren regelmäßig erschreckend. Die bakterielle Verschmutzung des Trinkwassers überstieg den offiziellen Grenzwert um 117 Prozent. Gewerkschaftsgründungen wurden repressiv verhindert. Der Arbeitsdruck war stets extrem und die Entlohnung reichte nicht zum menschenwürdigen Überleben. Wir konfrontierten adidas in den letzten Jahren mehrfach mit diesen Ergebnissen. Doch adidas wogelte ab und verwies auf die regelmäßigen Kontrollen, die dort durchgeführt würden.

MANGELHAFTE KONTROLLEN?

Heute zeigt sich in vollem Umfang, wie mangelhaft diese Kontrollen waren: Der Fabrikbesitzer steht mittlerweile vor Gericht, weil er jahrelang die Sozialversicherungsabgaben zwar den

Beschäftigten vom Lohn abzog, aber diese nicht an die Versicherungsanstalten weiter leitete – ebenso wenig wie die Arbeitgeberanteile. Mehrere hunderttausend US-Dollar wurden so veruntreut. Und adidas behauptet, durch seine Kontrollen all diese Praxis nicht aufgedeckt zu haben. Sind die Kontrollen tatsächlich derart ungenügend? Oder hat adidas diese Straftaten bewusst gedeckt? Beides wäre ein Skandal!

Maik und ich nahmen Kontakt mit den Hermosa-Frauen auf, führen dann auch mit einem Filmteam zur Fabrik, wo sie ausharrten. Dort fragten wir nach den adidas-Kontrollen. „Die Kontrollbesuche von adidas sind stets angekündigt und gut vorbereitet gewesen. Vor dem letzten Besuch von adidas wurden wir über Lautsprecher informiert und erhielten Instruktionen für den Fall von Interviews,“ so eine ehemalige Hermosa-Arbeiterin. Für sie und ihre KollegInnen organisierten wir vor Ort solidarische Unterstützung. Wir brachten sie in Kontakte mit Las Mélidas (Frauenorganisation) sowie FEASIES (Gewerkschaftsföderation). Auch gaben wir ihnen etwas Geld unter anderem für den Bus und Lebensmittel. >>>

Angola Tschechien Polen Ghana Iran Italien Schweiz Togo Tunesien Paraguay Saudi-Arabien Elfenbeinküste	Brasilien Portugal USA Mexiko Kroatien Südkorea Australien Niederlande	Deutschland Frankreich Spanien Trinidad-Tobago Japan Argentinien	Serbien und Montenegro Ukraine	Ecuador Costa Rica
		England Schweden		

WM06 - AUSRÜSTER

>>> Dass diese Aktivitäten nicht Allen vor Ort gefielen, merkten wir spätestens, als wir kurz vor unserer Abfahrt einen Anruf mit einem warnenden Hinweis bekamen. Wir wurden informiert, dass sich staatliche Stellen bei der Leihwagen-Firma gemeldet hatten und die Namen aller Passagiere unseres Minibusses wissen wollten, den wir für das Filmteam und uns gemietet hatten.

GESCHICKTER SCHACHZUG

Da war die Sorge groß, dass uns die Filmkassetten bei der Ausreise abgenommen würden. Sie mussten also über andere Wege außer Landes gebracht werden. Letztlich lief aber alles problemlos. Seitdem stehe ich in ständigem Austausch mit den Hermosa-ArbeiterInnen und ihren Unterstützungsorganisationen

im Lande. Und mein Kollege Maik nahm gleich nach seiner Rückkehr Kontakt mit adidas in Deutschland auf. Obgleich adidas jede Verantwortung abstreift, veranlasste sie das doch zu schnellem Handeln. Eine Untersuchungskommission wurde nach El Salvador geschickt und Gespräche auf allen Ebenen geführt, um den Arbeitskonflikt zu lösen. Und für konkrete Nachforschungen, Kontakte etc. wurde eine lokale Organisation beauftragt: GMIES (Grupo de Monitoreo Independiente de El Salvador). Genau jener Partner von uns, den wir adidas seit acht Jahren als die kompetente Monitoring-Organisation nahe legen, die wirklich in der Lage wäre, Missstände aufzudecken.

Ein geschickter Schachzug von adidas oder ein Schritt in die richtige Richtung? Egal – denn schnell zeigten sich

die Grenzen der Zusammenarbeit zwischen adidas und GMIES: Nämlich genau zu dem Zeitpunkt, als klar wurde, dass weder der Fabrikbesitzer noch die Regierung in El Salvador bereit sind, die Frauen zu entschädigen, also adidas und die anderen Marken selbst in der Pflicht sind, Geld zu zahlen. Doch trotz der offensichtlichen Mitverantwortung von adidas und den großen Mängeln an ihrem Kontrollsystem will sich der Konzern jeder Verantwortung entziehen. Die hochgelobte Corporate Social Responsibility (CSR) wird von adidas und Co. so lange als Unternehmensphilosophie verkauft, wie sie nichts kostet, solange sie allein darin besteht, Forderungen an die Zulieferer zu stellen.

Thomas Krämer (CIR/Managua)



ACT NOW!

Unterstützen Sie die Hermosa-ArbeiterInnen. Schicken Sie diesen Protestbrief an adidas.

Adresse: adidas AG
Büro Frank Henke
Weltdirektor für Umwelt
und Soziales

Adi-Daßler-Str. 1-2
91074 Herzogenaurach;

Mail: Frank.Henke@adidas.de
Fax: 0 91 32 / 84 32 42

Den Musterbrief können Sie bei der CIR bestellen, von der Homepage (www.ci-romero.de) direkt versenden oder hier ausschneiden/kopieren und an adidas schicken.

Briefe an die zuständigen Ministerien in El Salvador, an den Firmenbesitzer Montalvo und an weitere Markenkonzerne, die ebenfalls in Hermosa gefertigt haben (unter anderem Nike und Reebok) finden Sie unter www.cleanclothes.org.



Sehr geehrter Herr Henke,

ich wende mich an Sie um meiner Sorge Ausdruck zu verleihen über die Situation der ArbeiterInnen der Hermosa-Fabrik in El Salvador, die in den letzten Jahren auch für Ihr Unternehmen adidas Kleidung gefertigt hat. Wie ich von der Kampagne für 'Saubere' Kleidung/Clean Clothes Campaign (CCC) erfahren habe, haben die ArbeiterInnen im Mai 2005 ihre Arbeitsplätze verloren, nachdem sie eine Betriebsgewerkschaft gegründet hatten. Seitdem kämpfen sie für ihre Wiedereinstellung, die ihnen zustehende Abfindung und ausstehende Löhne. Offensichtlich sind die ArbeiterInnen mittlerweile mit ihren Kräften am Ende angesichts ihrer ausweglos erscheinenden Situation. Deshalb fordere ich Sie auf:

- in einen Fonds für die ArbeiterInnen einzuzahlen;
- geeignete Maßnahmen zu ergreifen, damit die Fabrik entweder wieder geöffnet wird oder die ArbeiterInnen bei anderen Fabriken, die für adidas fertigen, eine Anstellung erhalten;
- weitere Benachteiligungen der ArbeiterInnen zu vermeiden – sei es durch Bedrohungen oder eine diskriminierende Behandlung bei der Bewerbung um eine Anstellung anderswo.

Ich bin sehr enttäuscht, dass adidas bisher keinerlei geeignete Schritte unternommen hat, um diese Forderungen zu erfüllen. Dies wiegt um so schwerer, als adidas der Hauptsponsor der Fußball Weltmeisterschaft ist und sich im Rahmen der WM für ein "Fair Play" ausspricht. Dieses "Fair Play" muss aber auch für diejenigen gelten, die die Hosen und Trikots für die WM genäht haben.

Obwohl adidas einen Verhaltenskodex und ein Kontrollprogramm hat, haben Sie es nicht geschafft, die Arbeitsrechtsverletzungen in der Zeit, als Hermosa für adidas produzierte – die ArbeiterInnen geben hierfür den Zeitraum 2000 bis 2005 an –, zu erkennen und abzustellen. Deswegen ist es die Verpflichtung des Unternehmens adidas, Herr Henke, den aufgeführten Forderungen schnell nachzukommen.

Bitte informieren Sie mich über Ihre weiteren Schritte.

Mit freundlichen Grüßen

Name

Adresse

INTERVIEW MIT ESTELA RAMIREZ, SPRECHERIN DER GEWERKSCHAFTERINNEN VON HERMOSA-MANUFACTURING

„WIR KÄMPFEN UMS BLOSSE ÜBERLEBEN...“



Estela Ramirez hat jahrelang in der Fabrik Hermosa in El Salvador für Weltkonzerne wie adidas gearbeitet. Als sie zusammen mit anderen KollegInnen eine Gewerkschaft gründete, wurde sie entlassen. Seit nun fast einem Jahr kämpft sie zusammen mit ihren ehemaligen KollegInnen für ihr Recht.

Estela, welchen Hintergrund hat Euer Arbeitskampf bei Hermosa-Manufacturing?

Die Arbeitsbedingungen bei Hermosa-Manufacturing waren nie besonders gut. Wir haben viele Überstunden gemacht, manchmal arbeiteten wir sogar 20 Stunden am Stück. Als uns dann aber nicht einmal mehr der mickrige Lohn ausgezahlt wurde, war das Maß voll. Zu sieb haben wir uns bei einer Gewerkschaft eingeschrieben. Im April 2005 wurden wir beim Arbeitsministerium registriert. Wir fanden immer mehr UnterstützerInnen, 63 sind es bis heute.

Der Inhaber von Hermosa, Montalvo, hat den Betrieb Anfang Mai 2005 geschlossen – allerdings ohne uns zu kündigen und ohne uns die gesetzlich vorgeschriebenen Abfindungen zu zahlen. Und dann hat sich auch noch herausgestellt, dass Montalvo uns jahrelang zwar die Sozialabgaben abgezogen, diese aber nicht abgeführt, sondern in die eigene Tasche gesteckt hat.

Für welche Marken habt Ihr genäht?

Genäht wurde bei uns überwiegend Sportkleidung für die Marken adidas, Nike, Russel, Reebok. adidas und Nike haben sich im Dezember 2005 mit uns

getroffen. Bei einem Treffen behauptete Gregg Nebel von adidas, dass es bereits Jahre her sei, das adidas bei uns produzieren ließ. Doch dies stimmt nicht: bis 2005 haben wir adidas-Produkte genäht – seit Ende 2003 als Subunternehmer von Chi Fung, die direkter Vertragspartner von adidas sind. Mittlerweile haben wir den Eindruck, dass die Markenfirmen auf Zeit spielen. Während wir nach mehr als elf Monaten ohne Lohn ums bloße Überleben kämpfen.

Markenfirmen wie adidas und Nike werben in ihren Verhaltenskodizes damit, dass sie ihrer sozialen Verantwortung nachkommen – und schreiben in den Kodizes auch Rechte fest, die bei Euch verletzt wurden ...

Ja, damit haben wir auf dem letzten Treffen mit adidas auch argumentiert. Danach hat Gregg Nebel sich dann nicht mehr um Treffen mit uns bemüht, das wollte er wohl nicht so gerne hören. Wir haben angefangen, stärker Druck auf die Markenfirmen auszuüben. Als Gregg Nebel das nächste Mal in El Salvador war, haben wir die Zufahrt des Hilton Princess Hotel in San Salvador blockiert, wo er wohnte. Wir haben dann über Lautsprecher erklärt, dass wir uns nicht mehr weiter verschaukeln und hinhalten lassen, sondern von adidas und Nike die Zahlung einer Entschädigung fordern für die erlittenen Arbeitsrechtsverletzungen.

Wie schätzt Du denn die Chancen ein, dass Ihr in El Salvador selbst zu einer Lösung kommt?

Ich denke, das sieht ziemlich schlecht aus. Wir haben zwar wegen der Unterschlagung der Sozialabgaben Strafanzeige gegen Montalvo erstattet, aber ob unsere Justiz wirklich gegen ihn vorgehen wird, ist unklar. Ich denke, dass wir unsere Forderungen politisch durchsetzen müssen. Wir haben beispielsweise immer wieder vom Arbeitsministerium gefordert, dass die dafür sorgen, dass unsere Gesetze eingehalten werden und dass Montalvo uns jetzt endlich das uns zustehende Geld zahlt. Die Kontakte von Montalvo scheinen jedoch sehr gut zu sein. Ich glaube, er ist auch

ARENA-Mitglied (Anm: die ultra-konservative Regierungspartei) – uns ArbeiterInnen hat er früher jedenfalls immer gezwungen, im Wahlkampf für ARENA auf die Straße zu gehen.

Habt Ihr denn Unterstützung im Land?

Ja, zum Glück. Als wir gemerkt haben, dass die Gewerkschaft FENASTRAS für den Unternehmer arbeitet, haben wir uns umorientiert und haben heute bei der Gewerkschaftsvereinigung CSTS unsere politische Heimat gefunden. Die Frauenorganisation Mélicas hat uns ebenfalls von Anfang an unterstützt. Sie stellt uns auch eine gute Anwältin für die Prozesse. Mittlerweile haben wir die meisten zum Thema Maquila arbeitenden Nichtregierungsorganisationen hinter uns. Wir kämpfen hier weiter, aber ich glaube, ohne internationale Unterstützung können wir nicht gewinnen.

Seit wann arbeitest Du in der Maquila?

Seit 1995 arbeite ich in unterschiedlichen Maquilas. Ja, und 2000 habe ich bei Hermosa angefangen.

Und wie bist Du dazu gekommen?

Es gab nach dem Friedensabkommen 1992 Geld für Familienprogramme. Ich weiß gar nicht mehr, wie ich da gelandet bin. Teil des Programms war dieser Kurs, wo wir nähen gelernt haben, sodass ich nach der Trennung von meinem Mann in der Maquila arbeiten konnte. Allerdings nicht sofort, da ich mich erst vor meinem Mann verstecken musste. Er hat mich nach der Trennung massiv bedroht.

Habt Ihr Euch scheiden lassen?

Nein, das ist zu teuer. Hier gibt es viele Paare, die getrennt leben und eigentlich lieber geschieden wären. Mittlerweile lebe ich allein und das ist gut so. Naja, in Wirklichkeit teile ich mir mit einer meiner Töchter und mit meiner Enkelin die Wohnung. Wir haben beide ein Zimmer. Aber ich habe schon lange nicht mehr die Miete gezahlt. Ich bin nur noch nicht rausgeflogen, da wir hier mittlerweile schon acht Jahre wohnen. Ich hoffe, wir kriegen bald das Geld, das uns Montalvo schuldet – oder eine ähnliche Summe aus einem Fonds der Multis. Wir brauchen das alle dringend.

Estela, vielen Dank für das Gespräch!

Interview: Reingard Zimmer

ESTELA RAMIREZ IN DEUTSCHLAND!

In ihrem Vortrag informiert Estela Ramirez aus erster Hand über die skandalöse Situation in El Salvador und über die Verantwortung der Auftraggeber adidas, Nike und Co.

Wann?	Wo?
14. Mai 20.00 Uhr	Münster Brücke, Wilmergasse 2
15. Mai 19.30 Uhr	Dortmund Reinoldinum, Schwanenwall 34
16. Mai 19.30 Uhr	Hamburg Werkstatt 3, Nernstweg 32
17. Mai 20.00 Uhr	Hannover Kulturzentrum Pavillon, Lister Meile 4
18. Mai 20.00 Uhr	Köln DGB-Haus, Hans-Böckler-Platz 1
19. Mai 10.00 Uhr	Köln Pressekonferenz
19. Mai 19.30 Uhr	Herzogenrath „Soziokulturelles Zentrum Klösterchen“, Dahlemer Str. 28
20. Mai 17.00 Uhr	Weilheim Pfarrheim „Miteinander“, Theatergasse
21. Mai 19.30 Uhr	Regensburg Gaststätte Paradiesgarten
22. Mai 19.30 Uhr	Nürnberg eckstein (Raum 4.01) Haus der Evang.-Luth. Kirche, Burgstr. 1-3
23. Mai 19.00 Uhr	Alsfeld Walpurgiskirche, Kirchplatz
24. Mai 20.00 Uhr	Heidelberg Gumbelraum des Eine-Welt-Zentrums im Karlstorbahnhof, Am Karlstor 1
25. Mai 20.00 Uhr	Reutlingen Café Nepomuk, Unter den Linden 23
26. Mai 20.00 Uhr	Frankfurt Club Voltaire, Kleine Hochstr. 5
27. Mai	Berlin

Weitere Informationen zum Fall Hermosa sowie Interviews mit Betroffenen für Presse, Hörfunk und TV bei der CIR.

CLEAN CLOTHES CAMPAIGN

DIE CCC

Eine Kampagne zwischen Konfrontation und Dialog

Anfang des Jahres 1995 starb in El Salvador eine Arbeiterin an ihrem Arbeitsplatz, weil ihr nicht erlaubt worden war, den Arzt aufzusuchen. Trotz berechtigter Ängste vor Repressalien protestierten ihre KollegInnen gegen dieses Verbrechen. Einige Mitglieder der deutschen Mittelamerika-Solidaritätsbewegung, die gerade in El Salvador waren, wurden Zeuginnen dieser Vorfälle und leiteten die Informationen nach Deutschland.

Eine Folge war die Gründung der „Maquila-Initiative“, eines Zusammenschlusses von kleineren Organisationen und Einzelpersonen. Ein Teil dieser Initiative beteiligte sich kurze Zeit später an der Gründung des deutschen Ablegers der Kampagne für ‚Saubere‘ Kleidung, kurz: CCC, die 1989 in den Niederlanden entstanden war. Auslöser dafür waren die skandalösen Arbeitsbedingungen in Fabriken, die in den Niederlanden für C&A fertigten. In der Maquila-Initiative gab es viele Diskussionen, ob der Ansatz der CCC erfolgversprechend sei oder nur an Symptomen herum doktert. Obwohl es die CCC in Deutschland nun

genau zehn Jahre gibt, ist diese Frage noch nicht abschließend zu beantworten.

EIN SCHWIERIGER SPAGAT

Sicherlich ist es ein schwieriger Spagat, sowohl die Konfrontation als auch den Dialog mit Unternehmen zu suchen. Beide Elemente erscheinen der CCC unverzichtbar. Ohne die Konfrontation, also das öffentlich Machen von Missständen bei der Produktion für adidas, Karstadt-Quelle, Puma, C&A, Otto und wie sie alle heißen, zeigten sich diese Konzerne den Anliegen der CCC gegenüber nicht offen. Anfangs wurde die CCC schlichtweg ignoriert. Erst die Gefahr, durch das publikwerden eines Skandals Umsatzströme zu verlieren, zu müssen, bewegte die Konzerne zu Zugeständnissen.

Um die CCC und die KonsumentInnen zu beruhigen, gaben sich die Unternehmen in einem ersten Schritt einen Verhaltenskodex, mit dem sie sich selbst verpflichteten, nur in solchen Fabriken fertigen zu lassen, wo grundlegende Arbeits- und Menschenrechte eingehalten werden. Allerdings vernahm die CCC von ihren weltweiten PartnerInnen in den Produktionsländern – Frauenorganisationen, gewerkschaftliche und kirchliche Gruppen – dass sich an den miserablen Arbeitsverhältnissen durch die alleinige Existenz der Kodizes nichts geändert hatte. Deswegen



forderte die CCC im nächsten Schritt von adidas & Co., dass die Einhaltung kontrolliert werde. Nach dem ökonomischen Prinzip, die CCC mit möglichst geringem Aufwand, d. h. Kosten, ruhig zu stellen, schufen die Konzerne interne Kontrollen durch KonzernmitarbeiterInnen. Dies ist aber ähnlich aussagekräftig wie eine Führerscheinprüfung, die die eigene Mutter abnimmt. Also musste die CCC erneut laut werden und eine transparente, unabhängige Kontrolle einfordern.

RUN ON ADIDAS

Im Jahr 2000 nutzte die CCC das öffentliche Interesse um die Fußball-EM und konfrontierte den europäischen Marktführer bei Sportbekleidung, adidas, mit weiter gehenden Forderungen: Einem unabhängigen Kontrollsystem und der Verpflichtung, einen Living Wage, zu zahlen,

also einen Lohn, der die Grundbedürfnisse der ArbeiterInnen befriedigt. Hierfür wurde der „Run on adidas“ organisiert. Begleitet von MedienvertreterInnen zogen AktivistInnen aus ganz Europa und ZeugInnen aus Asien und Mittelamerika sportlich zum adidas-Hauptquartier bei Nürnberg. VertreterInnen der CCC Belgien übergaben adidas Fotos von 50.000 Menschen, die den Living Wage forderten. Beeindruckt von der Aktion und besorgt ums Image änderte adidas danach seinen Verhaltenskodex. Nun garantiert dieser einen Lohn, der die Grundbedürfnisse befriedigt. Ein Fortschritt – wenn auch erst einmal nur auf dem Papier.

Auch bei den Kontrollen hat sich etwas getan, auch hier nur punktuell. Zentrale Kritikpunkte sind immer noch, dass die Kontrollen die ArbeitnehmerInnen kaum berücksichtigen, nicht auf den Genderaspekt eingehen (die

Mehrheit in den Fabriken sind Frauen) und dass die Kontrollen kaum von lokalen Akteuren der Zivilgesellschaft durchgeführt werden, zu denen die ArbeiterInnen Vertrauen haben können.

Dass die Sportbekleidungsindustrie an der CCC nicht mehr vorbei kommt, zeigte der CCC-Sportkongress 2002 in Köln. Alle Eingeladenen nahmen teil: Nike, Puma und adidas. Puma unterbreitete der CCC dort den Vorschlag, ein gemeinsames Pilotprojekt zu starten. Doch bevor es zu einer Kooperation mit Puma kam, gab es den Konflikt „Matamores“. Zu diesem mexikanischen Zulieferer hatte Puma die Geschäftsbeziehung in dem Moment beendet, als sich in der Fabrik eine unabhängige Gewerkschaft gegründet hatte. Die CCC entfaltete in ganz Europa und in Kooperation mit ähnlichen Initiativen in Nordamerika eine breite Kampagne, die Puma letztendlich zwang, sich bereit zu erklären, wieder Aufträge in besagter Fabrik zu platzieren.

PILOTPROJEKT MIT PUMA

Seit Ende 2005 gibt es nun ein Pilotprojekt mit Puma: In zwei Fabriken El Salvadors, die für Puma fertigen, wird momentan ein sehr weitgehendes Kontrollmodell nach den Vorstellungen der CCC getestet. Der Spagat in diesem Projekt ist, die Bereitschaft des Konzerns zu würdigen und konstruktiv das Projekt voran

zu treiben – und gleichzeitig die Öffentlichkeit objektiv über die Bedingungen in den vielen anderen Puma-Zuliefererfabriken zu informieren.

Ist der Ansatz der CCC nun erfolgversprechend oder kuriert man nur an Symptomen herum? Auch diese Antwort ist ein Spagat: Vieles hat sich getan und alle bekannteren Unternehmen haben sich heute zu ihrer Verantwortung für die Arbeitsbedingungen in den Fabriken bekannt, die für sie fertigen. Gleichzeitig muss aber kritisch angemerkt werden, dass sich für die große Mehrzahl der ArbeiterInnen kaum etwas zum Besseren verändert hat. Ein Grund ist die knallharte Einkaufspraxis der Konzerne: Es soll immer schneller und immer billiger produziert werden – und das baden letztendlich die ArbeiterInnen aus.

Nach all den kleinen Erfolgen lautet das nächste Etappenziel der CCC deswegen: Die Einkaufspraxis publik machen und den Konzerne zeigen, dass sie damit mittelfristig mehr verlieren als gewinnen werden. Ein erster Schritt muss die Zahlung von Abnahmepreisen sein, von denen Löhne gezahlt werden können, die die Hungerlöhne von heute klar übersteigen. Die Fußball-WM in Deutschland ist eine ideale Gelegenheit, adidas, Puma & Co. mit diesen Forderungen zu konfrontieren.

Maik Pflaum (CIR)

RETROWELLE, BÜRGERKRIEG UND GLOBALISIERUNG

Die 80er Jahre waren nicht nur eine Zeit, in der adidas – fast pleite – anfang von der Retrowelle zu profitieren und wir alle unter der Fuchtel des Übervaters Kohl standen, sondern auch die Zeit blutiger Bürgerkriege und linker Revolutionsbewegungen in Mittelamerika. Rechtsgerichtete Todesschwadronen unterstützt von der US-Regierung griffen in El Salvador vor allem die Zivilbevölkerung an. Auch die VertreterInnen der Kirche konnten die Augen vor der täglichen Gewalt nicht verschließen. Einer von ihnen war Erzbischof Oscar Romero. Er verstand sich als Stimme der Armen und Unterdrückten und setzte sich für ihre Rechte ein. 1980 am Altar ermordet, unterstützen seine Gedanken und seine Stimme noch heute die Geknechteten in diesem kleinen mittelamerikanischen Land.

Hier in Deutschland hatten die Bürgerkriege in Mittelamerika eine Welle der Solidarität ausgelöst. Ein Kind aus jener Zeit ist



die Christliche Initiative Romero (CIR). Ihr Namenspatron, der ermordete Erzbischof Romero, gibt auch die Zielsetzung der Initiative vor: den Armen und Unterdrückten eine Stimme zu verleihen. Während uns in den 80er Jahren Bilder aus der kriegsgebeutelten Region wach rüttelten, sind es heute Berichte und Aufnahmen von Frauen, die in riesigen Werkshallen für die großen Modemultis schwitzen. Durch unser Engagement

in der Kampagne für ‚Saubere‘ Kleidung wollen wir den Opfern dieser Globalisierungsauswüchse eine Stimme geben. Seit nunmehr zehn Jahren informieren wir über ihre prekäre Arbeitssituation, lancieren Protestaktionen bei konkreten Arbeitsrechtsverletzungen, aber auch der Dialog mit den Unternehmen ist Teil unserer Kampagnenarbeit. Auf der anderen Seite unterstützt die CIR Projekte in Mittelamerika, die die Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen der ArbeiterInnen in den Weltmarktfabriken anstreben. Hierzu haben wir den Maquila-Solidaritätsfonds eingerichtet, mit dessen Hilfe wir u.a. auch die Hermosa-Frauen unterstützen konnten.

Dank unserer engen Kontakte zu Frauen- und Menschenrechtsorganisationen in der Region können wir den Lügen und Ausflüchten der großen Konzerne Paroli bieten. Durch das publikwerden menschenunwürdiger Arbeitsbedingungen in Mittelamerika werden die Konzerne zum Handeln gedrängt, damit das teuer beworbene Image nicht durch Negativ-Schlagzeilen beschädigt wird.

Damit wir auch in Zukunft solche Untersuchungen in Auftrag geben und veröffentlichen können, bittet die CIR unter dem Stichwort »Recherche ›Saubere‹ Kleidung« um Spenden auf das Konto Nr. 3 11 22 00 bei der Darlehnskasse Münster (BLZ 400 602 65).

lichkeit bekannt wurden, konnte adidas an den Verhandlungstisch gezwungen werden. Und nur auf Grund der Recherchearbeit der CIR-PartnerInnen vor Ort können die Ausflüchte und Lügen der Konzerne widerlegt werden.

UNTERSTÜTZUNG KONKRET

Der Erfolg der Kampagne für ‚Saubere‘ Kleidung hängt zu einem großen Teil von den Informationen ab, die die Kampagne aus den Produktionsländern erhält, in denen die Bekleidungskonzerne ihre Produkte anfertigen lassen. Die CIR verfügt über langjährige Kontakte nach Mittelamerika. VertreterInnen von Forschungseinrichtungen, Gewerkschaften und Frauenorganisationen recherchieren für die CIR die Arbeitsbedingungen in Weltmarktfabriken, in denen auch deutsche Unternehmen produzieren lassen.

Indem beispielsweise Missstände bei salvadorianischen Zulieferern in der deutschen Öffent-

TRÄGERINNENORGANISATIONEN DER KAMPAGNE FÜR ›SAUBERE‹ KLEIDUNG (CCC)

Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend in Deutschland e.V. • Bund der Deutschen Katholischen Jugend/Bundesvorstand • Bundesverband der Katholischen Arbeitnehmer-Bewegung (KAB) • Christliche Initiative Romero (CIR) • DGB-Bildungswerk/Nord-Süd-Netz • EIRENE • Evangelische Frauenarbeit in Deutschland • Evangelische StudentInnengemeinde (ESG) • IG-Metall • INKOTA – Netzwerk e.V. • Katholischer Deutscher Frauenbund • Katholische Landjugendbewegung Deutschlands • NRO-Frauenforum • Ökumenisches Netz Rhein-Mosel-Saar • Südwind-Institut für Ökonomie und Ökumene • TERRE DES FEMMES • TIE – Internationales Bildungswerk e.V. • ver.di – Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft • Vereinte Evangelische Mission Wuppertal

www.saubere-kleidung.de / www.ci-romero.de / www.cleanclothes.org

AKTIV ZUR WM

Auftakt der WM-Kampagne ist der **11. Mai**. An diesem Tag wird die CCC zur adidas-Hauptversammlung (HV) aktiv. Während VertreterInnen der CCC bei der HV die miserablen Arbeitsbedingungen bei adidas-Zulieferer anprangern (in Zusammenarbeit mit den Kritischen AktionärInnen), gibt es bunte Proteste vor der Stadthalle und in der Innenstadt von Fürth. Mit dem Slogan „Ich bin rot vor Wut!“ auf der Brust und ganz in rot gekleidet und geschminkt machen die AktivistInnen lautstark auf die Probleme bei den weltweiten adidas-Zulieferern aufmerksam.

ADIDAS IN DIE PFLICHT NEHMEN!

Die CCC ist es leid, sich von den Beschwichtigungen von adidas vertragen zu lassen. Gemeinsam mit den NÄherInnen, die sich weltweit für adidas aufarbeiten, fordern wir endlich Löhne, die Grundbedürfnis befriedigend sind. Die CCC hat zur WM eine Protestkarte an den Vorstandsvorsitzenden von adidas, Herbert Hainer, gedruckt. Wir bitten alle, die die Einkommenssituation der NÄherInnen unerträglich finden, die Protestkarte zu unterzeichnen und an die CIR zu schicken – wir werden sie sammeln und in einer Medien wirksamen Aktion an adidas übergeben. Denn nichts schmerzt adidas stärker als das öffentliche Ankratzen seines Images.

Höhepunkt der Proteste ist der bundesweite Aktionstag am **19. Mai**. In der Kölner Innenstadt wird es am Aktionstag ein „Unfaireres Spiel mit NÄherInnen“ geben. Dabei handelt es sich um eine Form des versteckten Theaters, in der die Missachtung von Sozialstandards bei der Herstellung von Sportartikeln symbolisch dargestellt wird. Zeitgleich findet eine Pressekonferenz mit Estela Ramirez (Sprecherin der Hermosa-Frauen) statt. In einigen Städten werden an diesem Tag globalisierungskritische Sadtüfungen organisiert. Während des Ganges durch die Fußgängerzone erfahren die TeilnehmerInnen, was adidas und Co. hinter ihren lässigen Werbeslogans verbergen.



BESTELLSCHEIN	Einzelpreis*	Stk.
WM-06-TAZ-Beilage (vorliegend)	kostenlos**	
Aktionszeitung WM06***	kostenlos**	
Protestpostkarte an adidas ‚Fair Play? – Auf allen Feldern!‘	kostenlos**	
Die Schattenseite der bunten WM-Welt/Faltposter***	kostenlos**	
Kampf der Ausrüster – Die Fußball-WM im Land der Ideen (Broschüre 72 S.)	7 Euro	
„Fit for Fair“ – Für bessere Arbeitsbedingungen in der Sportswearindustrie (Werkmappe 72 S.)	6 Euro	
KundInnenkarte – in Kreditkartengröße. Sechs Kärtchen auf einem A4-Bogen	kostenlos**	
Todsichere Kleidung – Zu welchem Preis? (Werkmappe 72 S.)	5 Euro	
DVD: Kleider machen Leute	6 Euro	
Der Stoff, aus dem die Träume sind (Werkmappe 48 S.)	7 Euro	
Go fair: Ton-Diashow auf DVD	6 Euro	
Kann denn Mode Sünde sein? (Liturgische Bausteine 48 S.)	5 Euro	
Dia-Reihe: Nähen für den Weltmarkt. (Mit Begleittext)	13 Euro	
Presente-Bulletin: Schwerpunktthema Maquila/ CCC***	kostenlos**	
„Wir sind keine Maschinen“ Globalisierte Bekleidungsproduktion am Beispiel Mittelamerika (Werkmappe 55 S.)	3,80 Euro	
Maquila-Solidfonds – Faltblatt	kostenlos**	
Brennpunkt: Weltmarktfabriken in Mittelamerika	kostenlos**	
Name/Besteller:		

* Zuzüglich Versandkosten ** Bei den kostenlosen Materialien berechnen wir ausschließlich die Porto-/Verpackungskosten. *** Aufgrund der großen Nachfrage können wir nur noch einzelne Exemplare kostenlos verschicken.

IMPRESSUM

Herausgeberin/V.i.S.d.P.:
Christliche Initiative Romero e.V.,
Frauenstr. 3-7, 48143 Münster
Redaktion: Sandra Dusch Silva (CIR)
Fotos: CIR-Archiv
Gestaltung: a & g kemény münster
Druck: TAZ, April 2006



CHRISTLICHE INITIATIVE
ROMERO (CIR)
FRAUENSTR. 3-7
48143 MÜNSTER
FON: 0 251 / 8 95 03
FAX: 0 251 / 8 25 41
E-MAIL: CIR@CI-ROMERO.DE
INTERNET: WWW.CI-ROMERO.DE