

Bestelltalon

____ Exemplare dieses CCC-Flyers zum Verteilen und Auflegen (gratis).

____ Exemplare «Prêt-à-Partager», 36 Seiten, Fr. 12.–*
(EvB-Mitglieder und GönnerInnen der SKS, Fr. 6.–*)

____ Exemplare «Mode, Marken, Märkte», Globalisierung konkret,
ein Arbeitsbuch, 167 Seiten, Fr. 24.–*

____ Exemplare «Labels für Lebensmittel» – Eine Analyse und Bewertung,
hrsg. von der SKS, 62 Seiten, Fr. 25.– (SKS-GönnerInnen Fr. 12.50)

*exkl. Versandkosten

AbsenderIn

Ich bin Mitglied bei der EvB Ich bin GönnerIn der SKS

Vorname, Name _____

Alter (fakultativ) _____

Strasse, Nr. _____

PLZ, Ort _____

Datum, Unterschrift _____

Tel., E-Mail _____

- Ich werde EvB-Mitglied (ab CHF 50.–/Jahr inkl. EvB-Magazin).
- Ich wünsche ein Gratis-Probeabonnement des EvB-Magazins (3 Ausgaben).
- Ich werde Gönnerin oder Gönner der SKS (CHF 40.–/Jahr).
Als Geschenk der SKS erhalte ich das Willkommens-Set
«Bitte keine Werbung» mit diversen Klebern.

Bewertung des Engagements

| Markenfirmen | I | § | X |
|--------------|-----|----|-----|
| Switcher | +++ | ++ | +++ |
| Calida | ++ | ++ | – |
| Mammut | ++ | ++ | + |
| Adidas | ++ | – | ++ |
| Nike | – | – | ++ |
| Triumph | ++ | – | – |
| Reebok | – | – | ++ |
| Puma | – | – | ++ |
| Levi's | – | – | ++ |
| Benetton | – | – | – |
| Strellson | ? | ? | ? |

Grün Erste ernsthafte Bemühungen.
Gelb Mittelmass – das genügt nicht.
Rot Schliessen die Augen vor Realität.

I Information und Transparenz
§ Sozialstandard und Ökolabel
X Umsetzung und Kontrolle

Bewertung des Engagements

| Kaufhäuser | I | § | X |
|------------|----|-----|-----|
| Migros | ++ | +++ | +++ |
| Coop | ++ | + | – |
| Vögele | ++ | + | ++ |
| H&M | ++ | – | ++ |
| Carrefour | – | ++ | ++ |
| Manor | + | + | – |
| Spengler | – | + | – |
| C&A | – | – | – |
| Intersport | – | – | – |
| PKZ | ? | ? | ? |

I Information und Transparenz
§ Sozialstandard und Ökolabel
X Umsetzung und Kontrolle

Die Gesamtpunktzahl der Auswertung
zu 9 Kriterien bestimmte die Reihenfolge.
(Legende zu Farben siehe nebenan)

Welche Modefirmen sind bereit zu teilen?

Die Erklärung von Bern (EvB) und die Stiftung für Konsumentenschutz (SKS) untersuchten, welche Firmen bereit sind, ihren Gewinn aus dem Kleidergeschäft mit den Arbeiterinnen und Beschäftigten zu teilen. Bei der 2004 entstandenen Firmenübersicht handelt es sich um eine Momentaufnahme, die keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt. Seither sind bereits zwei Schweizer Modehäuser vom Markt verschwunden. Veillon wurde an Ackermann und Spengler an Mode Schild verkauft. Die negativen Auswirkungen der Globalisierung wenden sich auch gegen uns.

Kundenkärtchen zum «Prêt-à-Partager»

Die Kärtchen (oben) können bequem im Portemonnaie mitgenommen werden. Weitere Erläuterungen siehe «Prêt-à-Partager» oder auf www.evb.ch.

Hinweis:

☞ Diese Übersicht berechtigt nicht zu Werbeaussagen wie «empfohlen von EvB und SKS».



Clean-Clothes-Musterkodex:

- Keine Zwangsarbeit (Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation der UNO, ILO, Nummer 29+105)
 - Organisationsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen (ILO Konv. 87+98)
 - Keine Diskriminierung (ILO Konv. 100+111)
 - Keine ausbeuterische Kinderarbeit (ILO Konv. 138+182)
 - Existenzsichernde Löhne bei regulären Arbeitszeiten
 - Sichere und menschenwürdige Arbeitsplätze
 - Ein festes Beschäftigungsverhältnis
- Umsetzung und Kontrolle:**
- Dieser Mindeststandard wird fürs gesamte Sortiment angewandt
 - Die Firma trägt die Verantwortung überall, wo ihre Kleider produziert werden
 - Beschäftigte beteiligen sich am Prozess der Überprüfung
 - Transparenz und Zusammenarbeit mit einer Verifizierungsstelle

Fr. 8.–

Produktionskosten,
davon Löhne: 25 Rp.

Fr. 3.–

Transport + Steuern

Fr. 22.–

Markenname, davon
Werbung: Fr. 5.60

Fr. 33.–

Detailhandel



Beispiel: Basketball-Leibchen des NBA-Teams Ohio
aus: «Prêt-à-Partager», S.5 (siehe Bestelltalon hinten)

EvB

ERKLÄRUNG VON BERN

Die Clean Clothes Campaign (CCC) wird in der Schweiz von der Erklärung von Bern (EvB) koordiniert und von über 20 Organisationen unterstützt.

Ihre Kontaktadresse:

Clean Clothes Campaign, % EvB, Postfach, CH-8031 Zürich, Tel. 01 277 70 00,
E-Mail ccc@evb.ch, www.cleanclothes.ch und www.evb.ch



Sie bezahlen 66 Franken.
Die Näherin erhält davon **nur 25 Rappen.**



www.cleanclothes.ch

Billig – um jeden Preis!

Die Bekleidungsindustrie ist mobil und gnadenlos geworden: Nur die weltweit billigsten Produzenten erhalten Aufträge, und die Lieferfristen werden immer kürzer. Den Preis dafür bezahlen die NäherInnen. Sie werden deshalb zu Überzeit und Nacharbeit gezwungen. Für einen Hungerlohn, der meist nicht zum Leben reicht, arbeiten sie bis zu 105 Stunden pro Woche. Bei Verletzungen oder Krankheit fehlt das Geld für den Arzt. Wer sich gegen die schlechte Behandlung wehrt, wird entlassen.

Egal, ob ein T-Shirt 15 oder 150 Franken kostet, die Näherin in El Salvador bekommt dafür lediglich zwischen 5 und 50 Rappen (siehe Kostenaufteilung eines Markenartikels auf der Frontseite). Es ist unverständlich, warum Unternehmen bei den ohnehin tiefen Produktionskosten nicht bereit sind, Mindestlöhne zu zahlen, die einer Arbeiterin, einem Arbeiter und deren Familien ein anständiges Leben ermöglichen. Ein Skandal!

Die Clean Clothes Campaign:

Seit 15 Jahren setzt sich die Clean Clothes Campaign (CCC) weltweit für gerecht produzierte Kleider ein. In der Schweiz wird die CCC von der Erklärung von Bern koordiniert. Solange Markenfirmen und Modehäuser keine langfristigen Geschäftsbeziehungen aufbauen, keine Sozialstandards umsetzen und kontrollieren, verkommt das oft beschworene ethische Engagement der Firmen zu einer Farce.

Ein weltweites Netzwerk zum Mitmachen

Die CCC ist ein Netzwerk von Entwicklungs-, Konsumenten- und Frauenorganisationen, von Gewerkschaften, Weltläden, Forschungsstellen und Aktionsgruppen. In Europa stehen rund 300 Organisationen hinter der CCC, die Konsumentinnen und Konsumenten aufrufen, mit persönlichen Briefen an ihre bevorzugten Firmen zu gelangen, um die «sozialen Produktionsfehler» der Kleider zu bemängeln. Bereits ein Brief zwingt zum Nachdenken. Viele Briefe bewirken eine Veränderung. Weitere Mitmachaktionen und Tipps für ein persönliches Engagement gibts im Internet unter www.cleanclothes.ch.

Firmenbewertung

Einzelne Firmen haben begonnen, mit verbindlichen Sozialstandards und unabhängigen Kontrollen die Situation in den Fabriken zu verbessern. Andere unternehmen nichts. Rund 30 Anbieter im Schweizer Modemarkt erhielten Gelegenheit, sich zu ihren ökologischen und sozialen Grundsätzen zu äussern und deren Umsetzung zu dokumentieren. Die Firmenbewertung der Erklärung von Bern (EvB) und der Stiftung für Konsumentenschutz (SKS) bringt Licht ins Dunkel. Generell ist das öko-soziale Engagement noch ungenügend. Am besten schnitten Kleider aus Biobaumwolle ab. Nachzulesen sind die Resultate im 2004 erschienen Magazin «Prêt-à-Partager» (Bestellung mit dem Talon).

Bewertung des Engagements

Ökopioniere und Versandhäuser

| | I | § | X |
|---------------|-----|-----|-----|
| Remei (BioRe) | +++ | +++ | ++ |
| Helvetas | ++ | + | ++ |
| WWF | ++ | - | ++ |
| Hess Natur | + | ++ | +++ |
| Veillon | - | + | +++ |
| Transa | ++ | ++ | + |
| Ackermann | - | + | + |
| La Redoute | - | - | -- |

Grün Erste ernsthafte Bemühungen.
Gelb Mittelmass – das genügt nicht.
Rot Schliessen die Augen vor Realität.

I Information und Transparenz
§ Sozialstandard und Ökolabel
X Umsetzung und Kontrolle

Die Gesamtpunktzahl der Auswertung zu 9 Kriterien bestimmte die Reihenfolge.

Bitte
frankieren

EvB/SKS
Postfach
3000 Bern 23



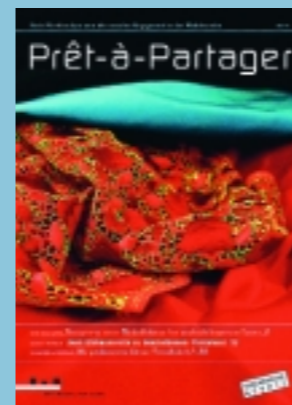
In der Maquila Chi Fung (El Salvador) produzieren 900 Angestellte u.a. für Adidas, Nike und Reebok. Eine typische Weltmarktfabrik in einer umzäunten Sonderzone. Menschenrechte gelten dort wenig.

«Bei allen Adidas-Zulieferern, die wir untersucht haben, gibt es erzwungene Überstunden. Die ArbeiterInnen bei Chi Fung werden von Kameras überwacht. Sie werden angeschrien, auch eingeschüchtert und bedroht, damit sie sich keiner Gewerkschaft anschliessen.»

SONIA LARA CAMPOS, EX-NÄHERIN,
NATIONALES ARBEITERKOMITEE, EL SALVADOR



© Mark Pflaum



«Prêt-à-Partager» – das andere Modemagazin

Die Publikation «Prêt-à-Partager», herausgegeben von der EvB und der SKS, richtet die Scheinwerfer nicht nur auf die dunklen Seiten der Modebranche, sondern auch auf positive Entwicklungen wie den vermehrten Anbau von Biobaumwolle in Indien oder das Erfolgsrezept eines Schweizer Trendlabels.

Für Bestellungen und Preisangaben siehe Antwortkarte.

Direktbestellungen und weitere Informationen:



Tel. 044 277 70 00, Fax 044 277 70 01
ccc@evb.ch, www.cleanclothes.ch

KONSUMENTEN
SCHUTZ

Tel. 031 307 40 40, Fax 031 372 00 27
admin@konsumentenschutz.ch
www.konsumentenschutz.ch

EV B

ERKLÄRUNG VON BERN

Tel. 044 277 70 00, Fax 044 277 70 01
info@evb.ch, www.evb.ch