



universität  
wien

# DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

*„Kleider machen Leute – Frauen machen Kleider“*

Frauen im Globalen Produktionsnetzwerk  
der Bekleidungsindustrie  
am Beispiel mittelamerikanischer Maquiladoras

Verfasserin

Isabella Sommer

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Naturwissenschaften (Mag. rer. nat.)

Wien, im Oktober 2010

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 190 353 456

Studienrichtung lt. Studienblatt:

UF Geographie und Wirtschaftskunde, UF Spanisch

Betreuerin:

Ass.-Prof. Mag. Dr. Elisabeth Aufhauser



## Danksagung

Ich danke meiner Betreuerin Frau Ass.-Prof.<sup>in</sup> Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Elisabeth Aufhauser für ihre kostbare Zeit und Geduld, für ihre aufbauenden und richtungsweisenden Ratschläge und Denksätze, die sie mir in meinen Arbeitsphasen immer wieder entgegenbrachte. Auch für ihre inhaltliche Genauigkeit und ihre anregenden Verbesserungsvorschläge, die für das Gelingen der Diplomarbeit von großer Bedeutung waren, möchte ich mich herzlich bedanken. Während des Schreibens meiner Diplomarbeit sah ich mich immer sehr gut betreut und beraten, was ich sehr zu schätzen wusste.

Neben meiner Diplomarbeitsbetreuerin Ass.-Prof.<sup>in</sup> Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Elisabeth Aufhauser möchte ich mich auch bei den anderen ProfessorInnen des Instituts für Geographie und Regionalforschung bedanken, von denen ich mich während meines Studiums sehr unterstützt, gefordert und beraten gefühlt habe.

Eine große Hilfe während der Studienzeit stellten auch meine Studienkolleginnen und Freundinnen Katharina Mayer, Sigrid Kleinhanns, Michaela Mayr und Julia Fadinger dar. Sie haben mich durch ihre Diskussionsanregungen und kritischen Beiträge in meinem Denken und Reflektieren immer wieder weitergebracht, wofür ich ihnen sehr danke.

Ich möchte mich auch speziell bei meinem Freund, Martin Krammer, bedanken, der mir während der Zeit des Schreibens mit Liebe, Geduld, Verständnis und Aufheiterung zur Seite stand und mir bei Zweifeln und schwierigen Phasen mit positivem Denken weiterhalf.

Besonders danken möchte ich außerdem meinen Eltern, die mir mein Studium finanziell ermöglicht haben und mir immer Vertrauen, Verständnis und Unterstützung, aber auch genügend Freiheit und Freiraum zur Entfaltung entgegengebracht haben. Sehr dankbar bin ich ebenfalls meinen Geschwistern, Edwin und Helena, die mir bei fachlichen oder sprachlichen Zweifeln beratend und geduldig zur Seite standen.

Natürlich gilt ein besonderer Dank auch den Expertinnen und Experten, die sich Zeit genommen und bereit erklärt haben, mit mir über die zukünftigen Entwicklungen in der Maquiladora-Industrie Mittelamerikas bzw. über die Trends in der Bekleidungsproduktion zu sprechen. Danken möchte ich somit besonders Dr.<sup>in</sup> Ingrid Schwarz, Mag. Stefan Kerl, DI<sup>in</sup> Lisa Muhr, Mag.<sup>a</sup> Petra Steiner, Mag.<sup>a</sup> Kathrin Pelzer, Werner Hörtnner sowie den Frauen aus Honduras Gina Cano und Carla Erazo für ihre Informationsbereitschaft, ihre interessanten Beiträge und Antworten auf meine Fragen.



# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung: Made in Central America</b> .....	<b>1</b>
<b>1 Die Maquiladora-Industrie in Mittelamerika</b> .....	<b>4</b>
<b>1.1 Freie Exportzonen als räumlich-wirtschaftlicher Rahmen für Maquiladoras</b> .....	<b>4</b>
<b>1.2 Maquiladoras als Motor für die sozioökonomische Entwicklung wirtschafts-</b> <b>schwacher Länder?</b> .....	<b>8</b>
<b>1.3 Die mexikanische Maquiladora-Industrie als Vorläuferin und Vorbild</b> <b>der mittelamerikanischen Maquiladoras</b> .....	<b>10</b>
<b>1.4 Von den „banana republics“ zu den „sewing republics“</b> .....	<b>12</b>
<b>1.5 Wie Handelsabkommen Produktionsverlagerungen in der Textil- und</b> <b>Bekleidungsindustrie steuern</b> .....	<b>22</b>
1.5.1 Vom Baumwollabkommen bis zum Ende des Multifaserabkommens: Etappen auf dem Weg zum Freihandel .....	22
1.5.2 Neue Herausforderungen für Mittelamerikas Exportindustrie im Bekleidungssektor .....	25
<b>1.6 Die Maquiladora-Industrie in Zentralamerika in der Krise</b> .....	<b>29</b>
<b>1.7 Die Funktion der Maquiladoras im Globalen Produktionsnetzwerk</b> <b>der Bekleidungsindustrie</b> .....	<b>32</b>
1.7.1 Das Konzept der Globalen Produktionsnetzwerke .....	32
1.7.2 Globale Produktionsnetzwerke in der Textil- und Bekleidungsindustrie .....	35
1.7.3 Mittelamerikas Integration in das Globale Produktionsnetzwerk der Bekleidungsindustrie .....	39
1.7.4 AkteurInnen im Globalen Produktionsnetzwerk der Bekleidungsindustrie .....	40
<b>1.8 Zusammenfassung und Ausblick</b> .....	<b>42</b>
<b>2 Frauen und Frauenarbeit in den mittelamerikanischen Maquiladoras</b> .....	<b>44</b>
<b>2.1 Theorien zur Erklärung des „feminisierten“ Arbeitsplatzes in der</b> <b>Maquiladora-Industrie</b> .....	<b>45</b>
2.1.1 Nachfrageorientierte Erklärungsansätze: Frauen als flinke, folgsame und sorgfältige Arbeitskräfte .....	46
2.1.2 Ungleiche Chancen und Löhne für Frauen und Männer in den Maquiladoras.....	47
2.1.3 Angebotsorientierte Erklärungsansätze: Die Arbeit in den Maquiladoras als Chance zur Unabhängigkeit? .....	51
<b>2.2 Arbeitsrechtsverletzungen in den Maquiladoras: Arbeit um jeden Preis</b> .....	<b>54</b>

<b>2.3 Gewerkschaften und Frauenorganisationen: Der Kampf um Arbeitsrechte .....</b>	<b>57</b>
2.3.1 „Gewerkschaften sind das Stärkste, was die Schwachen haben.“ (Michael Sommer) Gewerkschaften als traditionelle Form der Organisation .....	58
2.3.2 Frauenorganisationen: Eine alternative Organisationsform .....	59
2.3.3 Die Länder des Nordens zeigen Solidarität: Die Bedeutung transnationaler Organisationen .....	64
<b>2.4 Verhaltenskodizes: Eine/Die Lösung für Arbeitsrechtsverletzungen? .....</b>	<b>66</b>
2.4.1 Verhaltenskodizes als Folge der Globalisierung .....	67
2.4.2 Beispiele für Verhaltenskodizes bei Markenzertifizierungen .....	68
2.4.3 Gendersensibilität der Standards in Verhaltenskodizes .....	72
2.4.4 „Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser“: Monitoring der Verhaltenskodizes .....	74
2.4.5 Verhaltenskodizes als Mittel zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie? .....	76
<b>2.5 „From misery to poverty back to misery“:     Neue Herausforderungen für die Arbeiterinnen in den Maquiladoras .....</b>	<b>80</b>
<b>2.6 „Modernisierung“ der Maquiladora-Industrie: Eine bessere Zukunft für die     Arbeiterinnen? .....</b>	<b>83</b>
<b>2.7 Zusammenfassung und Ausblick .....</b>	<b>87</b>
<b>3 ExpertInnenmeinungen zu den zukünftigen Herausforderungen in der     Maquiladora-Industrie .....</b>	<b>89</b>
<b>3.1 Zugriff auf Informationen über die ExpertInneninterviews .....</b>	<b>89</b>
3.1.1 Begründung der Methodenwahl .....	89
3.1.2 Methode des leitfadenorientierten ExpertInneninterviews .....	91
3.1.3 Auswertung .....	92
3.1.4 Eigene Erfahrungen mit der Führung und Auswertung der ExpertInneninterviews .....	93
<b>3.2 Thematische Schwerpunkte der ExpertInneninterviews:     Der Interviewleitfaden .....</b>	<b>93</b>
<b>3.3 Die ExpertInnen und Begründung ihrer Auswahl .....</b>	<b>98</b>
3.3.1 Dr. <sup>in</sup> Ingrid Schwarz vom Verein Südwind NÖ Süd .....	98
3.3.2 Mag. <sup>a</sup> Kathrin Pelzer und Mag. <sup>a</sup> Petra Steiner vom Verein Frauensolidarität .....	99
3.3.3 DI <sup>in</sup> Lisa Muhr von der Fairtrade-Marke „Göttin des Glücks“ .....	100
3.3.4 Mag. Stefan Kerl von der Clean Clothes Kampagne Österreich .....	101
3.3.5 Die Aktivistinnen Gina Cano und Carla Erazo aus Honduras .....	102
3.3.6 Werner Hörtnner vom Südwind Magazin und vom Clean Clothes Rundbrief .....	104

<b>3.4 Zur Zukunft der Maquiladora-Industrie.....</b>	<b>105</b>
3.4.1 Zukunft der Frauen, die in den Maquiladoras tätig sind oder tätig waren.....	105
3.4.2 Zusammenarbeit von Organisationen des Nordens und des Südens .....	114
3.4.3 Bildungsarbeit in Ländern des Nordens.....	124
<b>3.5 „Wer will, dass die Welt so bleibt, wie sie ist, der will nicht, dass sie bleibt.“ (Erich Fried)</b>	
<b>Prognosen für die Zukunft der Maquiladora-Industrie Mittelamerikas .....</b>	<b>134</b>
<b>Resümee.....</b>	<b>136</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>138</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>138</b>
<b>Verzeichnis der ExpertInneninterviews.....</b>	<b>138</b>
<b>Foto- bzw. Abbildungsnachweis.....</b>	<b>139</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>140</b>



## **Einleitung: Made in Central America**

Sollte es uns nicht nachdenklich stimmen, wie viele Menschen in verschiedenen Regionen der Welt bei der Produktion unserer Kleidungsstücke beschäftigt sind, bevor die Textilien in unseren Shops auf Kunden warten?

Blusen made in India, T-Shirts made in Turkey oder Honduras, Pullover made in Bangladesh oder Cambodia und Jeans made in China. – Das ist nur ein Auszug der breiten Palette der Produktionsländer unserer Bekleidung.

Dass die fertigen Kleidungsstücke eine weite Reise auf sich nehmen, steht außer Zweifel. Baumwolle wächst klimatisch bedingt nicht in unseren Breiten und viele österreichische SchneiderInnen und Textilfabriken mussten aufgrund der globalen Konkurrenz ihre Tore schließen.

Anhand meines Lieblingsshirts ist es interessant zu überlegen, wer an der Herstellung beteiligt sein könnte. Gedanklich versuche ich den Weg meines T-Shirts mit dem Etikett „Made in Honduras“ zu verfolgen: Baumwolle aus den USA, die zu Garn und weiter zu Stoff verarbeitet wird, stellt den Rohstoff meines T-Shirts dar. Arbeiterinnen aus Honduras schneiden diesen Stoff zu und nähen das Kleidungsstück. Die Reise des T-Shirts geht weiter in die Industriestaaten, in diesem Fall in die USA, wo ich es als Konsumentin aus Europa in einer Filiale eines globalen Markenunternehmens kaufe.

Die Herstellung meines T-Shirts erfolgt nicht nur unter Mitwirkung vieler verschiedener AkteurInnen, sondern steht auch im Zeichen unterschiedlichen Machtpotentials der Beteiligten. Welche Auswirkungen haben Rahmenbedingungen wie Handelsabkommen oder die politische Lage in den Produktionsländern auf die Produktionsverhältnisse? Wie können Staaten, Zulieferbetriebe, Markenunternehmen und wir KonsumentInnen in den Ländern des Nordens die Produktionsbedingungen beeinflussen? Die Näherinnen in Mittelamerika erledigen einen wichtigen Schritt in der Produktion meines T-Shirts. Unter welchen Bedingungen haben sie Möglichkeiten, auf die Produktionsverhältnisse Einfluss zu nehmen?

Nach dem Motto „Kleider machen Leute“ wird diesen ein hoher Stellenwert in unserer Gesellschaft zugeschrieben. Wir sprechen über Kleidung, machen uns Gedanken darüber und sie ist im wahrsten Sinne des Wortes unsere tägliche Begleiterin. Denn sie projiziert einen für alle sichtbaren Teil von uns nach außen: „Du bist, was du trägst.“

Diese gesellschaftliche, politische und wirtschaftliche Relevanz war die entscheidende Motivation, mich im Rahmen meiner Diplomarbeit näher mit der Bekleidungsproduktion auseinanderzusetzen. In meinem zukünftigen Arbeitsfeld Schule geht es darum, SchülerInnen da-

bei zu unterstützen, sich ihrer Rolle als KonsumentInnen im Globalen Produktionsnetzwerk der Bekleidungsindustrie bewusst zu werden und ihr Konsumverhalten kritisch zu hinterfragen.

Wie aber kann eine Brücke von den Lebens- und Arbeitsbedingungen der vorwiegend weiblichen Arbeiterinnen in den Ländern des Südens zu unserem Konsumverhalten in den Ländern des Nordens geschlagen werden? In Gesprächen mit ExpertInnen gaben diese Anregungen für mögliche Kaufentscheidungen und brachten viele Ideen für ein bewusstes Konsumverhalten ein. Mit meiner Diplomarbeit möchte ich die Zusammenhänge und Verflechtungen von Produktion und Konsum in Bezug auf Bekleidung aufzeigen. Das Spannende an diesem Thema ist, wie jeder/jede von uns am Globalen Produktionsnetzwerk in unterschiedlicher Weise beteiligt ist und Einfluss nehmen kann.

In drei Kapiteln werden die Zusammenhänge in der Bekleidungsindustrie mit besonderem Fokus auf Mittelamerika diskutiert. Für Kapitel 1 und 2 bildet der aktuelle Stand der Literatur die Grundlage, in Kapitel 3 werden Erkenntnisse diskutiert, die sich aus Interviews mit ExpertInnen ergaben.

Im ersten Kapitel geht es um folgende wichtige Fragen:

Was sind Freie Exportzonen und Maquiladoras?

Welchen geschichtlichen Hintergrund haben diese Bekleidungsfabriken? Der Fokus liegt dabei auf der Bedeutung der Maquiladoras in den zentralamerikanischen Ländern Costa Rica, Nicaragua, Honduras, El Salvador und Guatemala. Zum besseren Verständnis wird auf Mexiko, wo die Maquiladora-Industrie früher als in den übrigen zentralamerikanischen Ländern ihren Anfang nahm, Bezug genommen.

Welche Rolle spielen Handelsabkommen bei räumlichen Verlagerungsprozessen der Produktion? Wie wirken sich diese Abkommen im Bereich der Textil- und Bekleidungsindustrie auf die zentralamerikanischen Länder aus?

Die theoretische Grundlage meiner Diplomarbeit bildet das Konzept der Globalen Produktionsnetzwerke. Mit diesem ist es möglich, folgende Fragen zu stellen: Wer ist direkt und indirekt an der Produktion beteiligt? Wie beeinflussen KonsumentInnen, GewerkschafterInnen, die Gesetzgebung die Produktionsverhältnisse? Wer hat welche Machtpotentiale zur Steuerung von Prozessen im Netzwerk?

Das zweite Kapitel beschäftigt sich mit den Frauen, die in der Bekleidungsproduktion Mittelamerikas arbeiten. Unter Bezugnahme auf verschiedene theoretische Ansätze zur Erklärung geschlechterdifferenzierender Arbeitsteilung wird zuerst folgenden Fragen nachgegangen: Warum arbeiten vorwiegend weibliche Arbeitskräfte in der Bekleidungsindustrie Mittelamerikas? Welche ökonomische und emotionale Bedeutung hat dieser Arbeitsplatz für die Frauen?

Nach einer kurzen Einführung in die vielfach diskutierten und durch die Medien allgemein bekannten Arbeitsrechtsverletzungen in den Maquiladoras werden Organisationsmöglichkeiten der Frauen, wie Gewerkschaften und Frauenorganisationen, vorgestellt.

Eine Strategie zur Verbesserung der Arbeitsverhältnisse sind Verhaltenskodizes: Was beinhalten diese? Welche Interessengruppen formulieren Verhaltenskodizes und fordern ihre Umsetzung? Werden dadurch arbeitsrechtliche Standards mit besonderer Rücksicht auf die Bedürfnisse der Frauen formuliert?

Die aktuelle Krise, in der sich die Maquiladora-Industrie Mittelamerikas befindet, stellt nicht nur die in der Bekleidungsproduktion beschäftigten Frauen sondern alle beteiligten AkteurInnen vor neue Herausforderungen. Bewertungen und Empfehlungen für zukünftige und nachhaltige Entwicklungen bilden den Abschluss des zweiten Kapitels.

Im letzten Kapitel werden die spannenden Fragen „Wie stehen die an Produktion und Konsum beteiligten AkteurInnen miteinander in Verbindung?“ und „Wie beeinflussen sich diese wechselseitig?“ diskutiert.

Österreichische ExpertInnen im Bereich der weltweiten Bekleidungsindustrie wurden nach einem Leitfaden interviewt. Sie berichteten von ihren Einschätzungen der aktuellen Trends und deren Auswirkungen auf Frauen in der Bekleidungsindustrie in den Ländern des Südens sowie über das KonsumentInnenbewusstsein in den Industrieländern. Darüber hinaus wurden Erfolge und Probleme in der Zusammenarbeit zwischen NGOs der Industrie- und Entwicklungsländer diskutiert.

Die ExpertInneninterviews geben Einblick in Entwicklungen und Tendenzen, die aus der Literatur nicht hervorgehen, aber für die ExpertInnen aufgrund ihres Arbeitshintergrunds erkennbar sind. Anhand dieser Interviews können Handlungsanweisungen für die KonsumentInnen in den Ländern des Nordens vorgeschlagen und ein Ausblick auf die zukünftigen Entwicklungen der Bekleidungsproduktion gegeben werden.

# 1 Die Maquiladora-Industrie in Mittelamerika

Kapitel 1 beginnt mit einer Auseinandersetzung mit dem Begriff *Maquiladora*. Anschließend werden die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in den Maquiladoras dargestellt und die Bedeutung und Entwicklung der Nähfabriken in Zentralamerika erläutert. In Kapitel 1.5 geht es um die Auswirkungen von Handelsabkommen auf globale Produktionsverlagerungen in der Bekleidungsindustrie, in Kapitel 1.6 um die neuen Herausforderungen, mit denen die Bekleidungsproduktion in Mittelamerika im Zuge der Weltwirtschaftskrise 2008 konfrontiert war bzw. ist. Die theoretische Basis der Arbeit bildet das Konzept der Globalen Produktionsnetzwerke. Im letzten Unterkapitel werden die Funktion der Maquiladoras im Globalen Produktionsnetzwerk der Bekleidungsindustrie diskutiert und die beteiligten AkteurInnen in Mittelamerika und ihre Positionen im Netzwerk dargestellt.

## 1.1 Freie Exportzonen als räumlich-wirtschaftlicher Rahmen für Maquiladoras

Der aus dem Spanischen stammende Begriff *Maquiladora*, kurz bzw. umgangssprachlich auch nur *Maquila*, bezieht sich auf Unternehmen, im Speziellen auf Fabriken in Mittelamerika, die sich auf die Produktion von Exportprodukten konzentrieren (vgl. Méndez Bickham 2005: 227, Wright 2006: 7).

Der Begriff *maquila* hat sprachwissenschaftlich gesehen arabischen Ursprung (*makila*). Seine Verwendung im Spanischen stammt aus der Kolonialzeit und bedeutet übersetzt „Mahlgeld“ (vgl. Alscher 2001: 61, Gitli 1997: 2, Wick 1998: 242). Das Wort bezieht sich auf den Teil des erarbeiteten Endprodukts (des gemahlene Mehls), der dem Müller für die Arbeit des Mahlens zusteht. Unter *maquila* versteht man die Dienstleistungstätigkeit, mit der der Müller (also der Eigentümer einer Verarbeitungsmaschine) einem Unternehmer, der die Rohstoffe bereitstellt, dient. Der Verdienst ist ein fixer Prozentsatz des fertigen Produkts. Auch bei den Freien Produktionszonen werden, wie im Falle des Müllers, lohnintensive Produktionsschritte weitergegeben und ausgelagert bzw. werden einem/einer UnternehmerIn oder InvestorIn Land und Arbeitskräfte für die Produktion eines Gutes zur Verfügung gestellt (vgl. Buitelaar/Padilla Pérez/Urrutia 1999: 139, Gitli 1997: 2). Auch der Müller arbeitet nicht alleine an einem Produkt, sondern ist Teil eines Produktionsprozesses mit verschiedenen TeilnehmerInnen. Mit *Maquila* oder *Maquiladora* bezeichnet man daher eine Fabrik, die sich auf einen Teilprozess in der Produktion innerhalb der Wertschöpfungskette (siehe auch Kapitel 1.7)

eines Produkts beschränkt (vgl. Fritsch 1995b: 21, Gitli 1997: 21, Musiolek 1997: 24–27). Von Maquila spricht man außerdem auch nur dann, wenn die Unternehmen der Produktionskette nicht im Besitz eines einzigen Eigentümers/einer einzigen Eigentümerin sind, sondern mehrere von einander unabhängige EigentümerInnen haben (vgl. Gitli 1997: 2). Da Maquiladoras Fabriken sind, die im Auftrag anderer Unternehmen arbeiten, bedeutet dies, dass diese Zulieferbetriebe kein Mitspracherecht bei der Gestaltung des Produkts haben, sondern nur ihren Auftrag zu dem zuvor festgelegten Preis ausführen (vgl. Cañas et al. 1998: 1–5).

Als Maquiladoras werden also im Allgemeinen exportorientierte Fabriken in Zentralamerika bezeichnet (vgl. Fernández-Kelly 1997: 204), in anderen Kontexten spricht man auch von Lohnveredelungs- oder Weltmarktfabriken. Angesiedelt werden derartige Produktionsstätten für den Weltmarkt häufig in speziell ausgewiesenen Landesteilen (Produktionszonen für den Export), in denen besonders günstige Konditionen für Investitionen ausländischen Kapitals gelten. Derartige Zonen werden in der Literatur auch als *Freie Exportzonen*, *Freie Produktionszonen*, *Freihandelszonen*, *Sonderzonen*, *industrial free zones*, *free trade zones* etc. bezeichnet. In diesen Produktionszonen gibt es keine wohnende Bevölkerung und das Territorium ist nur für Unternehmen, die für den Export produzieren, vorgesehen (vgl. Fritsch 1995a: 8, Gitli 1997: 21). Obwohl Maquiladoras oder Lohnveredelungsfabriken meist in Freien Produktionszonen zu finden sind, gibt es vereinzelt auch Fabriken außerhalb derartiger Sonderzonen (vgl. Fritsch 1995b: 21, Gitli 1997: 21). In Übereinstimmung mit Johansson (1994: 387) wird der Begriff Maquiladora in der Diplomarbeit für Exportproduktionsstätten verwendet, für die Sonderregelungen gelten (siehe dazu ausführlicher unten).

Historisch gesehen werden in den Freien Produktionszonen die alten Konzepte des Industrieparks sowie jenes der Freien Handelszone vereint. Industrieparks als Ansiedlungen mehrerer Unternehmen an einem Standort gab es bereits Ende des 19. Jahrhunderts. So wurde etwa 1896 der Trafford Park in Manchester und 1899 ein erster Industriepark in Chicago errichtet. So genannte „Freie Handelszonen“ gab es bereits vor 2500 Jahren in China oder in der Antike rund um das Mittelmeer. In diesen „Freien Handelszonen“ konnten Transitgüter gelagert werden, ohne dafür Zollgebühren zu bezahlen (vgl. Weltbank 1992: 24).

Die Kombination dieser beiden Konzepte, in Form einer so genannten Freihandelszone, erfolgte erstmals 1959 mit der Errichtung der *The Shannon Free Zone* in der Nähe des Flughafens von Shannon in Irland. Der Begriff *export processing zone* wurde erstmals 1965 von China in einem Gesetz zu Exportproduktionszonen verwendet (vgl. Weltbank 1992: 25).

Was genau die Freien Exportzonen, in deren Rahmen Maquiladoras einzubetten sind, ausmacht, lässt sich aus den Definitionen verschiedener Institutionen herauslesen:

Die Weltbank definiert derartige Zonen aufgrund physischer Merkmale: Freie Exportzonen sind eingezäunte Grundstücke zwischen zehn und 300 Hektar, in denen Waren für den Export produziert werden. Die Definitionen der UNIDO und der UNCTAD betonen hingegen die Freiheiten, die Unternehmen in den Freien Exportzonen gewährt werden. Die besonderen Bedingungen und Erlässe, wie Zollfreiheit auf importierte Halbfertigwaren, Maschinen oder Rohstoffe, geben den Freien Produktionszonen oder Freien Exportzonen auch ihren Namen. Besonders bei der Bearbeitung von importierten Halbfertigwaren geht es rein um die Auslagerung lohnintensiver Produktionsschritte. Die UNIDO hebt außerdem die geographische Nähe der Freien Exportzonen zu internationalen Häfen und Flughäfen hervor, um einen unkomplizierten und einfachen Export der Güter garantieren zu können (vgl. Kusago/Tzannatos 1998: 32, Weltbank 1992: 16).

Nach der WEPZA (World Export Processing Zone Association) versteht man unter Freien Exportzonen alle Gebiete, die von den Regierungen der jeweiligen Länder als freie Handelszonen ausgewiesen werden (vgl. Kusago/Tzannatos 1998: 32). Diese Definition ist im Vergleich zu den anderen Definitionen sehr offen gehalten und überträgt die Aufgabe der Auslegung von Freien Exportzonen auf die Regierungen.

Die ILO (International Labour Organization) nimmt durch ihren Tätigkeitsbereich auch auf den Produktionsfaktor Arbeit Bezug. Sie unterscheidet nicht zwischen den Begriffen. Die Bezeichnungen Maquiladora oder Freie Exportzone werden auf alle Situationen angewandt, in denen Anreize wie Steuerbegünstigungen und niedrige Betriebskosten für Investitionen in den Exportsektor eines Landes gewährt werden. Nach Ansicht der ILO ist außerdem charakteristisch für Freie Exportzonen, dass die Produktion in den Fabriken arbeitsintensiv ist, nur geringe Anforderungen an Technologie aufweist und nur gering qualifizierter Arbeitskräfte bedarf. Laut ILO ist besonders der Sektor der Bekleidungsindustrie in den Freien Exportzonen weltweit dominierend, da für diesen Sektor eine hohe Intensität des Produktionsfaktors Arbeit typisch ist. Zwar werden in den Unternehmen in den Freien Exportzonen sehr viele Arbeitsplätze geschaffen; da nur geringe Qualifikationsansprüche gestellt werden, ist die Qualität der Arbeitsplätze aber niedrig. Immer wieder erfolgt auch eine Verlagerung der Maquiladoras an Standorte mit Arbeitskräften, die mit einem noch geringeren Lohn zufrieden sind. Den ArbeiterInnen in den Fabriken Freier Exportzonen werden außerdem keine Chancen auf einen Aufstieg geboten (vgl. International Labour Organization 2000: 82f, Singa-Boyenge 2007: iii).

Für Freie Exportzonen gelten also gewisse Sonderbestimmungen, die von Seiten des Staates, in dem sich die Fabriken befinden, geschaffen werden. Den Unternehmen in den Produktionszonen werden möglichst große Freiheiten in ihrem Wirtschaften geboten: Die InvestorInnen müssen beispielsweise keine Zollgebühren auf Rohstoffe, importierte Halbfertigwaren und Kapitalgüter bezahlen und sind von den lokalen Steuern befreit (vgl. Buitelaar/Padilla Pérez 2000: 1627, Buitelaar/Padilla Pérez/Urrutia 1999: 134).

Von der Weltbank werden darüber hinaus folgende Rahmenbedingungen für sinnvoll erachtet, um attraktiv für ausländische Investitionen zu sein: Den Investierenden sollte 100% Eigentümerrecht und Gewinntransfer in die Heimatländer garantiert werden. Müssen Unternehmen sofortige Zahlungen tätigen, sollten diese auch in der Fremdwährung angenommen werden (vgl. Weltbank 1992: 13). Darüber hinaus sind die Bedingungen für Personaleinstellung und Personalabbau weniger strikt und die arbeitsrechtliche Situation wird weniger streng kontrolliert. Bürokratiehürden, Kontrollen und Eingriffe in die Arbeit in den Freien Produktionszonen sollten nach den Vorschlägen der Weltbank geringer als außerhalb dieser Zonen gehalten werden, um so Verzögerungen in der Produktion und Kosten für die Unternehmen zu sparen (vgl. Mandani 1999: 15, Weltbank 1992: 13).

Die Standorte der Freien Exportzonen konzentrieren sich auf urbane Gebiete, in denen Arbeitskräfte mehr oder weniger unbegrenzt verfügbar sind, die einen guten infrastrukturellen Anschluss (wie Häfen, Flughäfen und große Straßen sowie Zugang zu Telekommunikation, Elektrizität und Wasser) bereitstellen und Services (wie Sicherheitsdienste oder Banken) anbieten. Teilweise werden sogar Gebäudemieten subventioniert (vgl. Mandani 1999: 15, Ökumenisches Büro für Frieden und Gerechtigkeit 1999: 6–9, Singa-Boyenge 2007: iii).

Die Unternehmen in den Freien Exportzonen können einheimische, ausländische oder Joint Venture Unternehmen sein, wobei ausländische Direktinvestitionen in den Freien Exportzonen dominieren. Darüber hinaus kann zwischen öffentlich oder privat geführten Zonen unterschieden werden. In Mittelamerika wurden in den 1990er Jahren nach einem Bericht der Weltbank vor allem privat organisierte Freie Produktionszonen errichtet. Deren BetreiberInnen tragen unabhängig von Subventionen und zusätzlichen Unterstützungen des Staates die Kosten und Risiken, profitieren aber von den Sonderregelungen in den Zonen (vgl. Mandani 1999: 16, Weltbank 1998: 1, Weltbank 1992: 16).

Wie bereits Fröbel et al. Anfang der 1980er Jahre vorhersahen, nutzten Unternehmen den Konkurrenzkampf, der zwischen den Ländern mit Freien Exportproduktionszonen herrscht, im Verlauf der letzten drei Jahrzehnte sehr intensiv, um maximale Leistungen zu einem möglichst geringen Preis zu erhalten (vgl. Fröbel/Heinrichs/Kreye 1986: 438–441).

## **1.2 Maquiladoras als Motor für die sozioökonomische Entwicklung wirtschaftsschwacher Länder?**

Nationalstaaten nehmen aus unterschiedlichen Gründen Freie Exportzonen in das Programm ihrer Wirtschaftspolitik auf, wobei sich diese Gründe gegenseitig nicht ausschließen und oftmals mehrere Faktoren ausschlaggebend für die Einrichtung von Freihandelszonen sind.

In den Anfängen der Freien Exportzonen brachten Regierungen diesem von Weltbank und Internationalem Währungsfonds (IWF) empfohlenen wirtschaftspolitischen Instrument zur Umstellung der Wirtschaft auf Exportorientierung große Hoffnungen für die Zukunft ihres Landes entgegen: Die Wirtschaft sollte durch Schaffung von Arbeitsplätzen angekurbelt und in weiterer Folge die Nachfrage gestärkt werden. Vorwiegend Menschen aus ärmeren Bevölkerungsschichten waren Zielgruppe für die geschaffenen Arbeitsplätze in den Freien Exportzonen (vgl. Weltbank 1992: 14).

Durch die Exportorientierung werden zwei Arten von Beschäftigungseffekten erwartet: Einerseits werden im Exportsektor zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen, was als direkter Beschäftigungseffekt bezeichnet wird. Neben diesen direkten Auswirkungen gibt es jedoch auch indirekte Effekte, die auf eine erhöhte Beschäftigung im Exportsektor folgen sollten. Diese indirekten Beschäftigungseffekte haben ihren Ursprung in anderen Sektoren, in denen beispielsweise Arbeitsplätze beim Bau der Fabriken oder Arbeitsplätze im Transport geschaffen werden. Die neu geschaffenen Arbeitsplätze ziehen Einkommenseffekte nach sich, wodurch die Bevölkerung durch eine gesteigerte Kaufkraft die heimische Wirtschaft ankurbeln soll. Konsumiert die Bevölkerung mit ihrem Einkommen lokale Produkte, spricht man von einem Multiplikatoreffekt für die heimische Wirtschaft. (vgl. Bair 2006: 2246, Dicken/Lloyd 1999: 180f, Gitli 1997: 36).

Weiters dienen Freihandelszonen nach IWF und Weltbank dazu, die Wirtschaft eines Landes zu diversifizieren. Neben dem Export von Agrargütern sollen auch Teilschritte der Produktion von Industriegütern für den Export übernommen werden (vgl. Mandani 1999: 17, Weltbank 1998: 1).

Durch ausländische Direktinvestitionen in die Exportproduktion kommen Fremdwährungen in das Land, mit denen wiederum die notwendigen Importe getätigt werden können (vgl. Dussel Peters 2008: 12, Mandani 1999: 17f).

Weltbank und IWF erhoffen sich von Freihandelszonen außerdem eine Akkumulation technologischen Know-hows und die Generierung von (lokal) neuem Wissen. Durch räumliche Nähe von AkteurInnen sollen Informationen und Ideen übertragen und die Arbeitskräfte besser qualifiziert werden (vgl. Bathelt/Glückler 2002: 82, Mandani 1999: 17f). Neues Wissen über

Marketing und Zugänge zu den Weltmärkten, die mit den lokalen Märkten in weiterer Folge vernetzt werden, sind für die Weltbank ein weiterer Grund für die Einrichtung von Freien Exportzonen. Die Regierungen sollten mit diesen Fabriken und ihren ausländischen Investierenden neue Erkenntnisse gewinnen und lernen, auf deren Bedürfnisse reagieren zu können (vgl. Weltbank 1992: 9).

Mittlerweile gibt es aus entwicklungsökonomischer Perspektive auch deutliche Kritik am Konzept der Freien Exportzonen: Durch die Auslagerung einzelner lohnintensiver Produktionsschritte in Billiglohnländer bleiben wissens- und technologieintensive Bereiche der Produktion in den Industrieländern, während in Entwicklungsländern nur Produktionsschritte mit einer niedrigen Wertschöpfung durchgeführt werden. Die wirtschaftliche Entwicklung eines Landes wird heute jedoch durch Akkumulation von Wissen bei qualifizierter Bevölkerung und eine technologieintensive Produktion angetrieben. Diese Faktoren tragen zu einer diversifizierten, stabilen Wirtschaftsentwicklung, wie man an den Industrieländern erkennen kann, bei (vgl. Ministerium für Umwelt und Verkehr Baden-Württemberg 2003: 10, Sargent/Matthews 2009: 1069, 1080). Gerade die Textil- und Bekleidungsindustrie, die in vielen Bereichen noch immer mit sehr geringer Technologie und billigen Arbeitskräften arbeitet, stellt einen instabilen und stark von der Konjunktur abhängigen Sektor dar. Bietet sich für große Unternehmen die Möglichkeit einer günstigeren Produktion in Zulieferbetrieben eines anderen Landes, so werden die Produktionsschritte im Allgemeinen auch dorthin verlagert (vgl. Abouharb/Cingranelli 2007: 123, Sargent/Matthews 2009: 1069ff).

Die Freihandelszonen haben somit im Zuge der Globalisierung den Entwicklungsländern großteils nicht wie erwartet zum wirtschaftlichen Aufschwung verholfen. Durch den Fokus auf unqualifizierte, niedrig entlohnte Arbeitsplätze konnten auch die Ungleichheiten nicht beseitigt und die größer werdende Schere zwischen Armen und Reichen nicht aufgehalten werden. Somit wurde das Ziel der Armutsbekämpfung nicht erreicht (vgl. Abouharb/Cingranelli 2007: 15, Fernández-Kelly 2007: 509, Plank/Staritz 2009a: 6). Belegen lässt sich diese Argumentation entsprechend Bair und Dussel Peters (2006: 204) etwa mit den von der ECLAC (Economic Commission for Latin America and the Caribbean) ausgewiesenen sinkenden Zahlen hinsichtlich Bruttoinlandsprodukt, Arbeitsplatzschaffung und Zahlungsbilanz. Die aktuellen Zahlen seit 1980 wurden dazu mit den Zahlen im Zeitraum vor den Strukturanpassungsprogrammen (1950 bis 1980) verglichen.

Durch die Errichtung von Maquiladoras bilden sich einerseits wirtschaftliche Zonen in den Ländern des Südens, die sich in den globalen Weltmarkt integrieren können. Andererseits gibt es in den Ländern auch periphere Räume, die vom globalen wirtschaftlichen Geschehen völlig

ausgeschlossen bleiben. In wirtschaftlichen, neoklassischen Analysen werden diese räumlichen Disparitäten jedoch nicht berücksichtigt, da die Wirtschaft eines Landes als Einheit untersucht wird (vgl. Bair/Dussel Peters 2006: 204). Um außerdem die sozioökonomische Entwicklung eines Landes analysieren zu können, ist es notwendig, neben wirtschaftlichen Kennzahlen auch die Effekte der Exportorientierung auf die ArbeiterInnen zu betrachten (siehe Kapitel 2) (vgl. Nagar et al. 2002).

### **1.3 Die mexikanische Maquiladora-Industrie als Vorläuferin und Vorbild der mittelamerikanischen Maquiladoras**

Großen Einfluss auf die Entwicklung der Freien Produktionszonen nicht nur in Mittelamerika, sondern weltweit übten die Investitionen in Maquiladoras in Mexiko an der Grenze zu den Vereinigten Staaten ab 1965 aus (vgl. Buitelaar/Padilla Pérez 2000: 1627, Weltbank 1992: 26). Das Bracero Programm, das nach dem Koreakrieg und nach dem Zweiten Weltkrieg die Beschäftigung landwirtschaftlicher ArbeiterInnen in den Vereinigten Staaten ermöglichte, lief 1965 aus. 200.000 MexikanerInnen kehrten arbeitslos aus den USA nach Mexiko zurück. Um für diese Menschen Arbeitsplätze zu schaffen und die Wirtschaft durch Konzentration auf die Exportproduktion anzukurbeln, wurden mit Hilfe des Border Industrialization Programms günstige Bedingungen wie Zollfreiheit beim Import von Maschinen oder Rohstoffen, niedrige Lohnkosten etc. angeboten, um vor allem US-amerikanische Unternehmen an die Grenze in Mexiko zu locken (vgl. Buitelaar/Padilla Pérez/Urrutia 1999: 139, Kamel/Hoffman 1999: 2, Quintero Ramírez 2004: 2–5). Ein besonderer Vorteil Mexikos waren die geringen Lohnkosten: Nach Weiler und Zerlentes lag 1968 der Tageslohn in Mexiko bei drei Dollar, während in den USA der Lohn für einen Tag das Sechsfache, also ca. 18 Dollar, betrug (vgl. Weiler/Zerlentes 2003: 284f).

Die Literatur unterscheidet in der Maquiladora-Industrie vor allem für Mexiko drei Phasen der Entwicklung der Produktion in den Fabriken. Als Abgrenzungskriterium wird dafür der Verlauf der Modernisierung der Arbeit herangezogen (vgl. Weiler/Zerlentes 2003: 284).

Die erste Phase der Entwicklung der Maquiladora-Industrie von etwa 1965 bis 1983 war gekennzeichnet durch die Nutzung einfacher Technologien und den Einsatz unqualifizierter, zumeist weiblicher Arbeitskräfte (vgl. Quintero Ramírez 2004: 2–5).

In der zweiten Entwicklungsphase (1983 bis etwa 1994), in die 1986 zeitlich auch Mexikos Beitritt zum GATT (General Agreement on Tariffs and Trade) fällt, wurde immer stärker automatisiert und es kamen Techniker und Ingenieure (vorwiegend männliche Arbeitskräfte) zum Einsatz. In Nachahmung japanischer Arbeitsformen wurden verstärkt Teamarbeit und

„just-in-time“-Produktion angewendet. Zu dieser Zeit wurde auch der Peso abgewertet, wodurch die Exporte auf Dollar umgerechnet billiger wurden (vgl. Hualde 2003: 88, Quintero Ramírez 2004: 6f).

Unter Präsident De la Madrid wurde 1983 das ganze Land, außer die bereits höher industrialisierte Hauptstadt Mexico City, zur Freien Exportzone erklärt. Damit wurden die Gründungen von Maquiladoras im ganzen Land angekurbelt (vgl. Weiler/Zerlentes 2003: 285). Zusätzlich wurden durch die Abwertung des Pesos die Reallöhne um 40% gesenkt. Niedrige Lohnkosten sollten die Wettbewerbsfähigkeit Mexikos garantieren (vgl. Weiler/Zerlentes 2003: 283ff).

Eine dritte Phase der Maquiladora-Industrie beginnt 1994 mit dem Beitritt Mexikos zur NAFTA (North American Free Trade Association). Durch die Gründung des Freihandelsabkommens zwischen Kanada, Mexiko und den USA entstanden für Mexiko Wettbewerbsvorteile in der Industriegüterproduktion gegenüber den anderen zentralamerikanischen Staaten. Auf dem gesamten Territorium Mexikos kam es zu einer schnellen Industrialisierung (vgl. Renzi 1997: 68, Sargent/Matthews 2009: 1071). In besonders fortschrittlichen Automobilzulieferer- oder Elektronik-Unternehmen wie Delphi in Juárez wurden auch Forschung, Entwicklung und Design betrieben (vgl. Hualde 2003: 87-90, Quintero Ramírez 2004: 10–13, Weiler/Zerlentes 2003: 284f). BefürworterInnen des NAFTA-Abkommens gingen davon aus, dass durch den Freihandel die Maquiladoras besser in die heimische Industrie integriert werden und auch lokale Unternehmen als Zulieferbetriebe von den Maquiladoras profitieren. Kritische Stimmen sprechen ab diesem Zeitpunkt jedoch eher von einer „maquilización“ der mexikanischen Wirtschaft. Unter „maquilización“ versteht man, dass sich die gesamte mexikanische Wirtschaft auf eine Exportproduktion vor allem in die USA auf Basis billiger Löhne konzentriert (vgl. Bair/Dussel Peters 2006: 209). Acevedo et al. sprechen zumindest von einer langsamen „maquilización“. Die gesteigerten Exporte seit dem Freihandelsabkommen NAFTA gingen mit mehr Importen von Rohstoffen und Halbfertigwaren für die Produktion in den Maquiladoras einher. Zwischen 1994 und 2000 stieg der Export von Produkten des Bekleidungssektors um 357%, in absoluten Zahlen von 1,9 Mrd. US-Dollar auf 8,7 Mrd. US-Dollar. Die lokale Wirtschaft konnte laut Acevedo et al. von diesem Anstieg der Exportquote nicht profitieren (vgl. Acevedo/Mold/Pérez Caldentey 2009: 9f, Bair/Dussel Peters 2006: 209, Quintero Ramírez 2004: 10ff).

Die drei Phasen der Maquiladora-Industrie, die in Mexiko ganz klar mit wirtschaftspolitischen Entwicklungen verbunden sind, können generell zur Unterscheidung der Maquiladoras herangezogen werden. Man kann Maquiladoras (i) mit einer sehr einfachen Produktion, (ii) Fabriken, in denen für die Produktion zum größten Teil Maschinen eingesetzt werden, und (iii)

Stätten mit einer technologieintensiven Produktion, vor allem im Elektronikbereich, unterscheiden (vgl. Sargent/Matthews 2009: 1069).

Primär Maquiladoras der dritten Art, in der auf eine technologieintensive Produktion Wert gelegt wird, können für Spillover-Effekte, also positive Effekte, die von der Maquiladora-Industrie auf die lokale Wirtschaft übertragen werden, sorgen (vgl. Sargent/Matthews 2009: 1080).

#### **1.4 Von den „banana republics“ zu den „sewing republics“**

Werden in der vorliegenden Arbeit die Maquiladoras Mittelamerikas in der Bekleidungsindustrie angesprochen, so liegt der Fokus auf den Ländern Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras und Nicaragua. In diesen mittelamerikanischen Ländern spielt die Maquiladora-Industrie im Bekleidungssektor seit den 1980er Jahren eine tragende Rolle im Wirtschaftsgeschehen. Mexiko nimmt durch seine Vorbild- und Vorläuferfunktion im Bereich der Maquiladora-Industrie einen Sonderstatus in der Arbeit ein, da auf die Entwicklung in diesem Land immer wieder zurückgegriffen wird, um Rückschlüsse auf Zentralamerika ziehen zu können.

In Zusammenhang mit der Schuldenkrise ab Beginn der 1980er Jahre verordnen Institutionen wie beispielsweise die Weltbank oder der IWF den Entwicklungsländern Strukturanpassungsprogramme. Als wichtiges Instrument zur Ankurbelung der Wirtschaft wurden Freie Exportzonen gesehen (vgl. Abouharb/Cingranelli 2007: 3, Renzi 1997: 62). Außerdem verfolgten die Strukturanpassungsprogramme das Ziel, im Zuge der Deregulierung (Verringerung des Staatseinflusses auf die Wirtschaft) die Wirtschaft zu privatisieren und den Handel zu liberalisieren. Die Zölle auf Importe und Restriktionen auf ausländische Direktinvestitionen sollten abgebaut und die Exporte gesteigert werden. IWF und Weltbank forderten von den Entwicklungsländern im Rahmen der Strukturanpassungsprogramme auch, das Haushaltsdefizit mittels Kürzungen der Staatsausgaben zu reduzieren (vgl. Abouharb/Cingranelli 2007: 3, 110, Dussel Peters 2008: 11f, Dussel Peters 2005: 9, Jenkins/Dussel Peters/Mesquita Moreira 2008: 236, Küblböck/Staritz 2007: 169). Die zuvor auf Importsubstitution konzentrierten Länder versuchten nun durch Exportorientierung mit Produkten, die in so genannten Freien Exportproduktionszonen hergestellt werden, gegen die Schuldenkrise anzukämpfen (vgl. Bértola 2007: 84, Plank/Staritz 2009a: 5). Die Länder Mittelamerikas orientierten sich zuvor eher am Export von Agrarprodukten wie Bananen, Kaffee, Kakao und Zucker und wurden deshalb früher oft auch als „banana republics“ bezeichnet. Später konzentrierten sie sich auf

den Export von Industriegütern bzw. auf einen Fertigungsschritt in der Wertschöpfungskette eines Produkts und erhielten somit auch immer öfter die Bezeichnung „sewing republics“ (vgl. Gitli 1997: 11, Méndez Bickham 2005: 9f, Quintana/Deras Robles/Torres 2002: 4, Weltbank 1992: 2–6).

In Zentralamerika begann die wirtschaftliche Umstrukturierung relativ früh und ging in Guatemala, El Salvador und Costa Rica schneller als in Nicaragua und Honduras voran. Mit den Strukturanpassungsprogrammen in den 1980er Jahren setzten die zentralamerikanischen Länder verstärkt auf die Industrialisierung der Wirtschaft. Panama sticht mit seiner Schwerpunktsetzung auf den Dienstleistungssektor vor allem im Bereich der Finanzen hervor und wird in der Diplomarbeit deshalb nicht berücksichtigt (vgl. Abouharb/Cingranelli 2007: 3, Gitli 1997: 11).

Nach dem Beginn der Maquiladora-Industrie in Mexiko wurden erste Freihandelszonen auch in Kolumbien und der Dominikanischen Republik eingerichtet. In Mittelamerika gab es die ersten Zonen 1971 in Guatemala und 1972 in Honduras. 1973 folgten Freie Exportzonen in El Salvador, 1976 in Nicaragua und 1977 in Costa Rica (vgl. Weltbank 1992: 26f). Die Zeit Ende der 1970er/Anfang der 1980er Jahre war durch politische Instabilität und durch Bürgerkriege in Guatemala, El Salvador und Nicaragua gekennzeichnet. In den 1980er Jahren kam es darüber hinaus durch die Kürzungen der Staatsausgaben in Zusammenhang mit den Strukturanpassungsprogrammen zu einem massiven Abbau von Arbeitsplätzen in den zentralamerikanischen Ländern. Vor allem Frauen wurden durch Kürzungen im öffentlichen Sektor in die Arbeitslosigkeit gedrängt (vgl. Quintana/Deras Robles/Torres 2002: 7, Renzi 1997: 61f). Da die Agrarproduktion mit Gütern wie Kaffee, Zucker und Bananen von Instabilität gekennzeichnet ist, sollten durch die Errichtung von Maquiladoras neue Arbeitsplätze geschaffen werden (vgl. Méndez Bickham 2005: 9f, Quintana/Deras Robles/Torres 2002: 4, Weltbank 1992: 2–6).

In den 1970er Jahren waren nur Freie Produktionszonen in öffentlichem Besitz und in öffentlicher Verwaltung erlaubt. Die für InvestorInnen günstigen Regelungen wurden nur in bestimmten Zonen zugelassen und waren ausschließlich für Exportgüter vorgesehen. Bereits Anfang der 1980er Jahre, zu einer Zeit als die Wirtschaft in den zentralamerikanischen Ländern aufgrund der hohen Staatsverschuldung von Krisen geprägt war, gab es erste Änderungen der wirtschaftlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen für die Errichtung von Maquiladoras. Nach Zahlungen von Importrechten können seit Mitte der 1990er Jahre auch lokale Märkte erschlossen werden. So besteht die Möglichkeit, die in den Maquiladoras hergestellten oder bearbeiteten Produkte nicht mehr nur zu exportieren, sondern auch auf dem Markt des

Landes, in dem produziert wird, abzusetzen. In Bezug auf ausländische Investitionen und Gewinne gibt es seit den 1990er Jahren auch branchenbezogen deutlich weniger Beschränkungen als noch in den 1970er Jahren. Nach Buitelaar et al. können ab Mitte der 1990er Jahre ausländische Direktinvestitionen, neben Elektronik-, Automobil- und Bekleidungsproduktion, auch auf andere Sektoren ausgeweitet werden (vgl. Buitelaar/Padilla Pérez/Urrutia 1999: 139f).

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die aktuellen rechtlichen Bedingungen für die Maquiladoras in Zentralamerika. Mit Hilfe der angeführten Anreize für Investitionen in Maquiladoras versuchen die Länder Kapital anzulocken und Arbeitsplätze zu schaffen. Dabei entsteht innerhalb Mittelamerikas ein Konkurrenzkampf um die attraktivsten Bedingungen. Nach Beendigung der Bürgerkriege in Guatemala, Nicaragua und El Salvador entwickelten die PolitikerInnen in allen Staaten Zentralamerikas in den 1990er Jahren Anreizsysteme, wie sie ihre Länder für Investitionen in ihre Exportproduktionszonen attraktiv gestalten können (vgl. Quintana/Deras Robles/Torres 2002: 7).

Wie in Tabelle 1 ersichtlich, werden von den Regierungen in den mittelamerikanischen Ländern aufgrund des Konkurrenzdrucks großteils relativ ähnliche Angebote für investitionswilliges Kapital gemacht. Dennoch gibt es erwähnenswerte Unterschiede in den Details einzelner Anreize: So fällt vor allem Honduras mit seiner uneingeschränkten Steuerbefreiung bei der Gewinnsteuer auf, während Costa Rica bereits nach acht Jahren zumindest 50% Gewinnsteuer einhebt. Auch El Salvador sieht mit 20 Jahren Steuerbefreiung einen vergleichsweise längeren Zeitraum für Steueranreize vor. Auf Rohstoffe, Halbfertigwaren, Kapital, Exporte, die Rückführung von Gewinnen und Vermögen werden in allen Ländern keine Steuern abgezogen, mit Ausnahme von Costa Rica, wo nach zehn Jahren eine Vermögenssteuer eingehoben wird.

In Guatemala, Honduras, Nicaragua und Costa Rica werden den Unternehmen in Exportproduktionszonen Mehrwert- und Kommunalsteuern erlassen. Nur in El Salvador wird nach 20 Jahren eine Kommunalsteuer eingehoben.

Die größten Freiheiten beim Verkauf der Produkte auf dem lokalen Markt ermöglicht mittlerweile Costa Rica: Hier können bei Vorauszahlung der Steuern bis zu 40% der Produktion auf dem lokalen Markt abgesetzt werden. In Guatemala sind es 20% der Produktion, in Honduras 5% und in Nicaragua können je nach Art des Unternehmens 40%, 30% oder 20% der Produktion auf dem heimischen Markt verkauft werden (vgl. Quintana/Deras Robles/Torres 2002: 8).

	<b>El Salvador</b>	<b>Guatemala</b>	<b>Honduras</b>	<b>Nicaragua</b>	<b>Costa Rica</b>
<b>Gewinnsteuer</b>	20 Jahre Steuerbefreiung für die Unternehmen in Exportproduktionszonen (EPZ), 15 Jahre für die Entwicklung und Administration von EPZ	15 Jahre Steuerbefreiung für die Administration von EPZ, 12 Jahre Steuerbefreiung für Unternehmen in industriellen EPZ und 5 Jahre für kommerzielle Unternehmen	Steuerbefreiung ohne zeitliche Beschränkung für Unternehmen in EPZ, 20 Jahre für die Administration von EPZ	Steuerbefreiung für die Administration von EPZ, in den ersten 10 Jahren Steuerbefreiung für Unternehmen in EPZ, danach ohne zeitliche Beschränkung 40% Reduktion der Steuern	Steuerbefreiung für Unternehmen in EPZ für 8 Jahre, dann 50% Reduktion der Steuern für 4 Jahre. In weniger entwickelten Zonen Steuerbefreiung für 12 Jahre und 50% für die folgenden 6 Jahre
<b>Zölle auf Rohstoffe, Halbfertigwaren und Kapital</b>	Steuerbefreiung für alle Unternehmen in EPZ				
<b>Mehrwert- und Kommunalsteuer</b>	Keine Mehrwertsteuer, 20 Jahre keine Kommunalsteuer	Steuerbefreiung für alle Unternehmen in EPZ			
<b>Vermögenssteuer</b>	Steuerbefreiung für alle Unternehmen in EPZ				Steuerbefreiung für 10 Jahre
<b>Rückführung von Kapital und Gewinnen</b>	Steuerbefreiung für alle Unternehmen in EPZ				
<b>Steuern auf Exporte</b>	Steuerbefreiung für alle Unternehmen in EPZ				
<b>Verkauf auf dem lokalen Markt</b>		Bei Vorauszahlung der Steuern auf 20% der Produktion beschränkt	Bei Vorauszahlung der Steuern auf 5% der Produktion beschränkt	Unternehmensabhängige Beschränkung je nach Art des Unternehmens	Bei Vorauszahlung der Steuern auf 40% der Produktion beschränkt
<b>Erlaubte Exportmärkte</b>	Außerhalb Mittelamerikas				Ohne Einschränkung
<b>Arbeitsrechtliche Bestimmungen</b>	Klausel über den Inhalt der Arbeitsrechte	Es gelten die Arbeitsrechtsgesetze des Landes	Es gelten die Arbeitsrechtsgesetze des Landes	Garantie von Arbeitsplätzen & Arbeitsleistung, die zum Zeitpunkt des Eintritts des Unternehmens in die EPZ angeboten werden. Ansonsten gelten die Arbeitsrechtsgesetze des Landes	Es gelten die Arbeitsrechtsgesetze des Landes
<b>Weitere Anreize</b>	Produktionsauslagerungen auf lokale Unternehmen sind erlaubt	Lokale Unternehmen können die Produktion in EPZ auslagern, vorausgesetzt die Mehrwertsteuer wird bezahlt	Produktionsauslagerungen auf lokale Unternehmen sind erlaubt	Lokale Unternehmen können die Produktion in EPZ auslagern und Produktionsauslagerungen auf lokale Unternehmen sind erlaubt. Der/Die UnternehmerIn muss die Personalverfügbarkeit beim Beginn der Tätigkeit in der EPZ garantieren	Unterstützung bei der Schulung und Auswahl des Personals, Unterstützung bei der Marktforschung und der Suche nach Rohstoffen im eigenen Land, Unterstützung bei der Lokalisierung von Kinderbetreuungseinrichtungen und Wohnungen für die ArbeiterInnen

**Tabelle 1: Anreizsysteme für die Errichtung von Maquiladoras in Zentralamerika**

(vgl. Mutlak 2003: Anhang, Quintana/Deras Robles/Torres 2002: 7f, Übersetzung I.S.)

Ein Anreiz für die Produktion in Costa Rica könnte für Unternehmen auch die Möglichkeit sein, auf mittelamerikanische Absatzmärkte ohne zusätzliche Zahlungen exportieren zu können. El Salvador, Guatemala, Honduras und Nicaragua sehen als Exportmärkte (ohne zusätzliche Steuerleistungen) jedoch nur Länder, die außerhalb Mittelamerikas liegen, vor.

Auch in den Exportproduktionszonen gelten im Allgemeinen die nationalen Arbeitsrechtsgesetze. Nur El Salvador formuliert explizit zusätzlich eine eigene Klausel betreffend der Einhaltung der Arbeitsrechte in den Freien Produktionszonen.

Costa Rica bietet die größte Vielfalt weiterer Anreize, etwa Unterstützungen im Bereich der Beschaffung von Rohstoffen und Personal oder beispielsweise Hilfestellungen bei der Wohnungssuche für die Arbeitskräfte. Honduras und El Salvador erlauben die Auslagerung der Produktion auf lokale Unternehmen. Guatemala genehmigt, dass bei Vorauszahlung der Mehrwertsteuer auch heimische Unternehmen in Exportproduktionszonen produzieren können. In Nicaragua können sowohl heimische Unternehmen die Produktion in Freie Exportzonen auslagern, als auch Unternehmen in EPZ ihre Produktion auf lokale Unternehmen übertragen.

Zusammenfassend kann man aus der Tabelle schließen, dass Costa Rica den InvestorInnen mehr Anreize in Form allgemeiner Unterstützungsmaßnahmen und weniger finanzielle Anreize bietet. Das Land hebt mehr Steuern von den UnternehmerInnen ein als die konkurrenzierenden Länder Mittelamerikas. Die Gründe für die Sonderstellung Costa Ricas werden im Zuge der näheren Beschreibung der einzelnen zentralamerikanischen Länder in Bezug auf ihre Maquiladora-Industrie weiter unten dargestellt.

Aufgrund seiner stabilen politischen Lage war Costa Rica als erstes Land Zentralamerikas für Maquila-Investitionen interessant (vgl. Obando/Cortés 2002: 14). Bereits 1980 wurde Costa Rica etwa auch in Deutschland in den Nachrichten als attraktives Investitionsland („die Schweiz Amerikas“) bezeichnet (vgl. Fröbel/Heinrichs/Kreye 1986: Anhang). Auch in Honduras ist ein klarer zeitlicher Zusammenhang zwischen einer Verbesserung der politischen Stabilität nach dem Ende des Bürgerkriegs in Nicaragua 1989 und einem Anstieg der Investitionen in Maquiladoras zu beobachten. Dass eine politisch rechtsgerichtete Partei von Honduras aus gegen die linksgerichteten Sandinisten in Nicaragua kämpfte, dürfte InvestorInnen in Maquiladoras davor vor dem Standort Honduras abgeschreckt haben (vgl. Black 2006: 139, 308, Obando/Cortés 2002: 14).

In den mittelamerikanischen Ländern gibt es vor allem bis zum Ende des Quotenabkommens 2005 viele asiatische InvestorInnen in der Textil- und Bekleidungsproduktion (siehe Kapitel 1.5.1). Diese asiatischen UnternehmerInnen wollen durch Investitionen in Mittelamerika die

Quotenregelungen für ostasiatische Länder in den Textil- und Bekleidungsexporten umgehen und insbesondere von dem für Mittelamerika freieren Zugang auf den US-amerikanischen Absatzmarkt profitieren (vgl. Obando/Cortés 2002: 14).

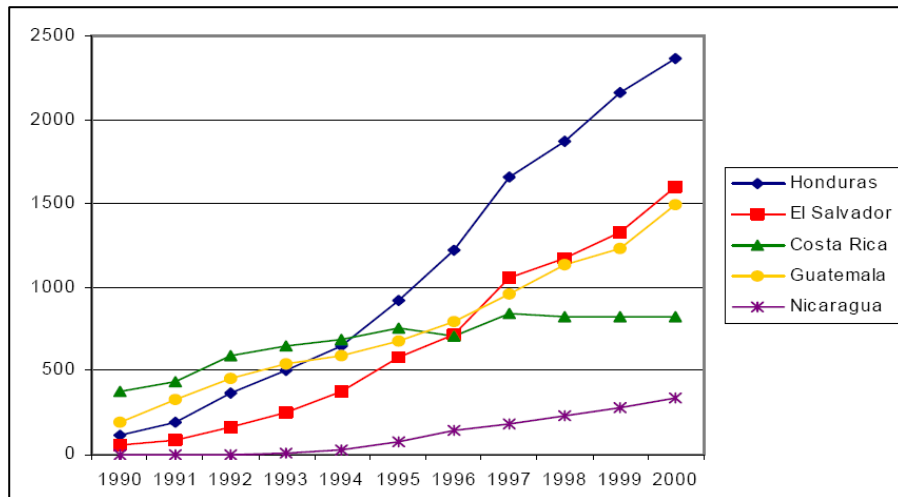
Vor allem Honduras, Guatemala und Nicaragua sind Länder mit einem hohen Anteil asiatischer, vor allem koreanischer, Direktinvestitionen (vgl. Jansen et al. 2007: 4). Nach Jansen et al. liegt der Anteil koreanischer Direktinvestitionen an allen Direktinvestitionen in Guatemala 2007 bei 66%. Nach einer Studie von VESTEX, der Kommission für Bekleidungsproduktion in Guatemala, liegt er im Jänner 2010 bei 88% (vgl. VESTEX 2010: 21). In Costa Rica überwiegen US-amerikanische Investierende und in El Salvador finden sich neben heimischen eine bunte Mischung an Investierenden aus Korea, Mexiko, Guatemala, Ostasien, Deutschland, Italien und der Dominikanischen Republik (vgl. Jansen et al. 2007: 3, Obando/Cortés 2002: 12f, Singa-Boyenge 2007: 12f).

Insgesamt sprechen Jansen et al. für das Jahr 2005 von etwa 500.000 Beschäftigten in ungefähr 1.000 Maquiladoras der Textil- und Bekleidungsindustrie in Mittelamerika (vgl. Jansen et al. 2007: 5, Thompson 2005).

Die Exporte der Maquiladora-Industrie sind für die Wirtschaftsleistung der zentralamerikanischen Länder sehr wichtig: In Honduras stammen zwei Drittel der gesamten Exporte in US-Dollar aus der Maquiladora-Industrie, in Nicaragua ist es fast die Hälfte, in Guatemala und El Salvador machen Maquila-Exporte rund ein Drittel der gesamten Exportwerte aus (vgl. Jansen et al. 2007: 4).

Vor allem in Costa Rica wird neben dem reinen Fertigungsprozess bei dem die zugeschnittenen Stoffe nur zum Nähen in die Maquiladoras gebracht werden, verstärkt auch das „full-package“-Modell angeboten. Auch die Maquiladoras der anderen zentralamerikanischen Länder steigen mittlerweile vermehrt auf dieses erweiterte Produktionsmodell um. Im „full-package“-Modell werden neben dem Nähen auch die Organisation der Beschaffung der Inputs, der Zuschnitt, das Nähen, das Bügeln und Verpacken und in manchen Fällen sogar der Transport von einem Unternehmen übernommen. Die großen Markenunternehmen in den Industrieländern fragen in letzter Zeit vermehrt dieses Modell nach (vgl. Jansen et al. 2007: 11f). In den Maquiladoras in Costa Rica werden neben Textilien und Bekleidung heute auch Maschinen und Plastik verarbeitet (vgl. Singa-Boyenge 2007: 12).

2001 wurden in einer Studie der Apparel and Footwear Association die Gesamtkosten der Produktion für ein T-Shirt berechnet. China weist hier mit \$1,12 den niedrigsten Wert auf.



**Abbildung 1: Exportprodukte (Wert von Mio. US-\$) zentralamerikanischer Länder in der Textil- und Bekleidungsindustrie in die USA 1990 bis 2000**

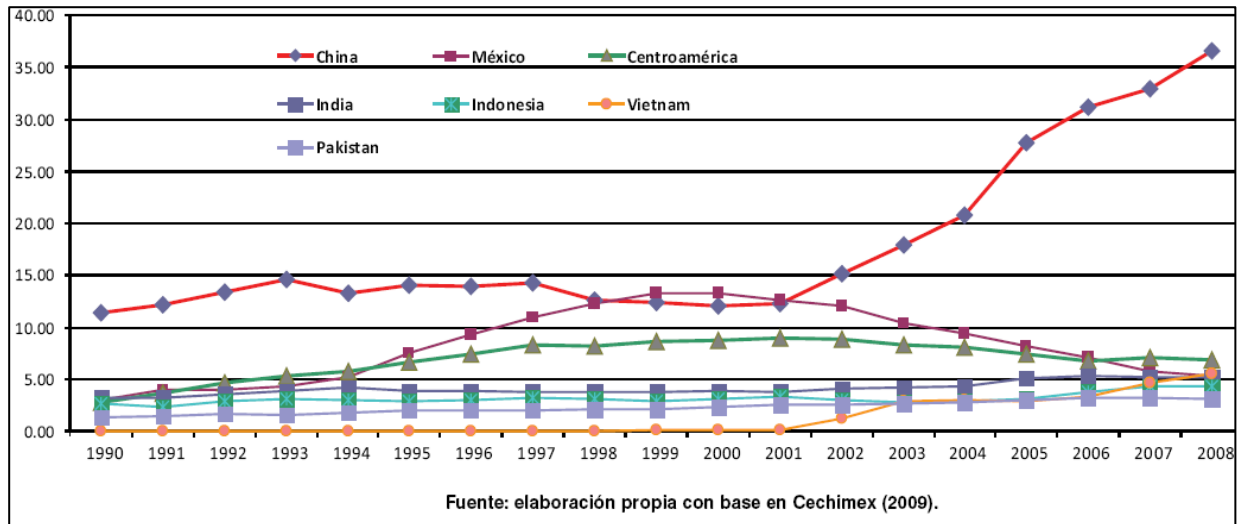
(übernommen aus Obando/Cortés 2002: 12)

Dahinter folgen Nicaragua (\$1,50), Honduras (\$1,70), El Salvador (\$1,85), Costa Rica (\$2,00). Zum Vergleich dazu kostet die Produktion des T-Shirts in den USA \$5,00 (vgl. Jansen et al. 2007: 26).

Abbildung 1 veranschaulicht den Boom der Exporte der Textil- und Bekleidungsindustrie in Mittelamerika ab den 1990er Jahren und zeigt die große Bedeutung der Bekleidungsproduktion in diesen Ländern vor der Jahrtausendwende auf.

Besonders hervorzuheben ist der starke Anstieg der Textil- und Bekleidungsexporte von Honduras in die USA mit Produkten im Wert von weniger als 250 Mio. US-Dollar 1990, aber einem Wert von 2.361 Mio. US-Dollar im Jahr 2000. El Salvador überholte 1997 Guatemala und Costa Rica, ein Land, dessen Textil- und Bekleidungsexporte 1997 bis 2000 mit einem Wert von etwa 800 Mio. US-Dollar relativ konstant blieben. Aufgrund seiner stabilen politischen Lage führte Costa Rica jedoch bis 1994 bei den Exportwerten (vgl. Obando/Cortés 2002: 19). Nicaragua ist bis 2000 an letzter Stelle der mittelamerikanischen Länder in Bezug auf die Höhe der Exporte von Textil- und Bekleidungsprodukten in die USA (vgl. Obando/Cortés 2002: 19). Von 1990 bis 2000 erhöhten sich die Bekleidungsimporte der USA aus Zentralamerika und den karibischen Staaten (ICC) von 9% auf 17%, Mexiko miteingerechnet von 11% auf 32% (vgl. Obando/Cortés 2002: 17f).

2004 wurde der höchste absolute Wert an Importen von Textilien und Bekleidungsstücken aus Zentralamerika in die USA erreicht. In diesem Jahr, in dem auch das Freihandelsabkommen CAFTA gegründet wurde, importierte die USA Produkte im Wert von 7.500 Mio. US-Dollar aus Zentralamerika. Während die Importe mexikanischer Produkte in die USA bereits 2000



**Abbildung 2: Anteil der Importe in die USA im Textil- und Bekleidungssektor 1990 bis 2008 nach Ländern bzw. Ländergruppen**  
(übernommen aus Dussel Peters 2009: 14)

ihren Höhepunkt hatten und dann zurückgingen, stiegen die Textil- und Bekleidungsimporte aus Zentralamerika bis 2004 weiter leicht. Nach Dussel Peters überholte China Zentralamerika nach dem Ablauf des Multifaserabkommens und dem damit verbundenen Quotenabbau (siehe auch Kapitel 1.5.1) bereits im Jahr 2001. Im Jahr 2002 überstiegen die in die USA importierten Produkte der Textil- und Bekleidungsindustrie aus China in absoluten Werten erstmals auch jene von Mexiko (vgl. Dussel Peters 2008: 21f). China profitiert ab 2005 von uneingeschränkten Exportmöglichkeiten auf den US-amerikanischen Markt. Dies bedeutet für die zentralamerikanischen Länder gegenüber China einen Verlust ihrer Attraktivität (vgl. Bair/Dussel Peters 2006: 215, Dussel Peters 2008: 22).

Abbildung 2 zeigt den starken Anstieg des Anteils chinesischer Textil- und Bekleidungsimporte in die USA und verdeutlicht, dass Zentralamerika 2008 mit seinen Exporten auf den US-amerikanischen Absatzmarkt zwar hinter China, aber mittlerweile vor Mexiko an zweiter Stelle liegt (vgl. Dussel Peters 2009: 14). Die zuvor angeführten Zahlen und Beschreibungen der Exportstruktur der Bekleidungsindustrie in Zentralamerika und Mexiko und der Importstruktur des wichtigen US-amerikanischen Absatzmarkts weisen auf den früheren Boom und die frühere Rückentwicklung der Maquiladora-Industrie Mexikos im Vergleich zu den mittelamerikanischen Ländern hin.

### El Salvador

In El Salvador gibt es nach Jansen et al. (2007: 27ff) 179 Maquilafabriken. Das Land ist außerdem der größte Baumwollproduzent der Region. Nichtsdestotrotz kann mit der Baumwoll-

produktion des Landes selbst nur 10% des Bedarfs für die Produktion in der Textil- und Bekleidungsindustrie gedeckt werden. Die restlichen 90% Nachfrage nach Baumwolle für die Produktion müssen importiert werden. „Full-package“-Produktion bieten nur etwa 17% der 179 Fabriken an. In El Salvador werden vor allem einfache Bekleidungsstücke wie Damen- und Kinderunterwäsche und Strümpfe aus synthetischen Fasern produziert (vgl. Condo et al. 2003: 40).

### **Honduras**

Honduras ist aktuell der größte Exporteur von Bekleidung in Zentralamerika. Die Unternehmen in Honduras produzieren vorwiegend Baumwoll-T-Shirts für Männer und Buben, Blusen aus Baumwolle und Unterwäsche für Mädchen und Damen. Ein Großteil der in den Maquiladoras verwendeten Baumwolle stammt aus den USA. Nach Jansen et al. (2007: 28ff) gibt es in Honduras 159 Nähfabriken, von denen ein Drittel mit dem „full-package“-Modell arbeitet. Problematisch für Honduras` Attraktivität für wirtschaftliche Investitionen sind jedoch die politische Instabilität durch den Putsch 2009 gegen Präsident Zelaya und die angespannte Sicherheitslage. Beim Transport der Bekleidung besteht große Diebstahlgefahr. Kriminalität verringert insgesamt die Attraktivität des Landes für Investitionen (vgl. Jansen et al. 2007: 28ff).

### **Guatemala**

Guatemalas Maquiladora-Industrie geht bereits auf die 1970er Jahre zurück. Von den Maquiladoras in Guatemala bieten ca. 75–80% „full-package“-Produktion an. Verglichen mit den anderen Ländern Zentralamerikas ist Guatemala in diesem Produktionsmodell führend. Auch der dem Nähen vorgelagerte Schritt des Zuschnitts und die nachgelagerten Produktionsschritte des Bügelns und Verpackens finden meist im Land statt (vgl. Jansen et al. 2007: 32f). 2010 gibt es in Guatemala 154 Bekleidungsunternehmen mit etwa 50.000 Beschäftigten. Produziert werden vor allem Baumwollshirts und Baumwollblusen sowie kurze und lange Baumwollhosen (vgl. Jansen et al. 2007: 32f, VESTEX 2010: 13). Von 2000 bis 2004 stieg die Anzahl der Arbeitsplätze in den Maquiladoras an. 2004 fanden über 110.000 Personen eine Beschäftigung in den Maquiladoras in Guatemala. 2009 arbeiteten nur mehr rund 50.000 Arbeitskräfte in der Bekleidungsproduktion für den Export (vgl. VESTEX 2010: 19). Auch die im mittelamerikanischen Vergleich hohen Elektrizitätskosten wirken sich negativ auf den Standort Guatemala aus (vgl. Jansen et al. 2007: 31f).

## **Nicaragua**

Wie auch in Honduras ist die Bekleidungsproduktion in der Maquiladora-Industrie in Nicaragua verhältnismäßig jung. Vermehrte Investitionen in Maquiladoras gab es ab Beginn der 1990er Jahre (vgl. Bair/Dussel Peters 2006: 211, Jansen et al. 2007: 32). Für Nicaraguas Zukunft wird im Gegensatz zu den anderen mittelamerikanischen Ländern vorausgesagt, dass die Maquiladora-Industrie noch wachsen wird. Zu den 35 bestehenden Fabriken sollen weitere hinzukommen. Vor allem die niedrigen Lohnkosten machen Nicaragua zu einem attraktiven Investitionsland. Nicaraguas Spezialisierung in der Produktion liegt auf kurzen und langen Baumwollhosen sowie T-Shirts aus Baumwolle. In Bezug auf die verarbeiteten Produkte steht Nicaragua somit vor allem mit Honduras und Guatemala in Konkurrenz (vgl. Condo 2003: 51ff, Jansen et al. 2007: 32ff).

## **Costa Rica**

Costa Rica war bis 1994 der führende Exporteur von Bekleidung in Zentralamerika. Seit Mitte der 1990er Jahre strebt das Land an, für ausländische Investitionen im Mikroelektronik-Sektor attraktiv zu sein (vgl. Buitelaar/Padilla Pérez 2000: 1638, Jansen et al. 2007: 36f). Vor 1994 waren 40.000 Menschen in den Maquiladoras der Bekleidungsproduktion beschäftigt, derzeit gibt es nur mehr rund 15.000 Arbeitsplätze in rund 40 Fabriken. Die Produktion konzentriert sich auf Männerhosen. Außerdem wird vermehrt im „full-package“-Modell produziert (vgl. Jansen et al. 2007: 36f). Buitelaar und Padilla Pérez vertreten die Ansicht, dass die aktuelle Bekleidungsindustrie in Costa Rica keine traditionelle Maquiladora-Industrie mehr darstellt: Durch qualifizierte Arbeitskräfte werden mehrere Produktionsschritte zur Fertigung eines Gutes im Land durchgeführt (vgl. Buitelaar/Padilla Pérez 2000: 1637ff). Mit seiner diversifizierten Wirtschaft, die sich nicht ausschließlich auf den Export von Bekleidungsstücken konzentriert, kann Costa Rica im Gegensatz zu anderen zentralamerikanischen Ländern in Krisenzeiten auf den Export unterschiedlicher Güter und Dienstleistungen setzen (vgl. Buitelaar/Padilla Pérez 2000: 1637, Jansen et al. 2007: 37f).

Mit Ausnahme von Costa Rica weisen die mittelamerikanischen Länder ähnliche Exportstrukturen im Bereich der Bekleidungsindustrie auf. Kennzeichnend ist die Bearbeitung bzw. das Nähen einfacher und simpler Kleidungsstücke mit importierten Rohstoffen. Die Produktion im „full-package“-Modell bietet jedoch immerhin die Möglichkeit auch lokale WirtschaftsakteurInnen in den Produktionsprozess miteinzubinden (vgl. Jansen et al. 2007: 56f).

## **1.5 Wie Handelsabkommen Produktionsverlagerungen in der Textil- und Bekleidungsindustrie steuern**

In diesem Kapitel steht die Frage nach den räumlichen und wirtschaftlichen Auswirkungen von Handelsabkommen im Vordergrund. Dabei werden die Konkurrenzsituationen und deren Ursachen vor allem zwischen China und Mittelamerika näher erläutert.

### **1.5.1 Vom Baumwollabkommen bis zum Ende des Multifaserabkommens: Etappen auf dem Weg zum Freihandel**

Im Prozess des Umstieges von Protektionismus zu Freihandel gibt es immer wieder Abkommen, die den Ländern den Weg zu freiem Handel erleichtern sollen. In der Textil- und Bekleidungsindustrie wurden besonders viele Handelsabkommen abgeschlossen, die räumliche Restrukturierungsprozesse sehr stark steuerten.

Durch protektionistische Regelwerke werden heimische Produkte und Produktgruppen vor ähnlichen ausländischen Produkten, die mit den heimischen in Wettbewerb stehen könnten, geschützt (vgl. Engels 1990: 106f, Schöppenthau 1993: 310f). Mit Instrumenten wie Zöllen, Quotenbeschränkungen und generellen Einfuhrverboten versucht man in den Handel einzugreifen. So soll Kontrolle gewahrt und der Handel nicht völlig dem freien Markt überlassen werden (vgl. Blokker 1989: 51ff).

Das erste Handelsabkommen im Textilbereich im Rahmen des GATT (General Agreement of Tariffs and Trade) von 1947 war das Baumwollabkommen von 1961. Mit diesem Abkommen wollten sich Industrieländer vor Billigimporten schützen (vgl. Blokker 1989: 89, 109f). Durch den Boom synthetischer Textilien musste das Baumwollabkommen aber bald neu überdacht werden und der Ruf nach einem neuen Abkommen, das auch Kunststofffasern mit einschließt, wurde laut (vgl. Engels 1990: 106f). 1974 wurde deshalb das Multifaserabkommen (MFA) beschlossen, das den Handel zwischen Industrie- und Entwicklungsländern im Bereich der Textil- und Bekleidungsprodukte regeln sollte.

Um wirtschaftlich nicht mehr nur vom instabilen Agrargüterexport abhängig zu sein, verfolgten die zentralamerikanischen Länder in den 1970er Jahren eine Strategie der zunehmenden Industrialisierung. Als Folge gab es eine Steigerung in den Textil- und Bekleidungsexporten. Die Billigprodukte aus den Ländern des Südens konkurrierten mit jenen der Industrieländer. Deren eigene Bekleidungsindustrie war daher gefährdet. Aus diesem Grund forderten die Industrieländer bilaterale Begrenzungen mit Bestimmungen und Einschränkungen der Importe von bestimmten Produktgruppen aus so genannten Billiglohnländern und Japan. Durch diese

Beschränkungen beziehungsweise Verteuerungen mit Zöllen sollten die ausländischen Produkte gegenüber den im Inland produzierten Waren weniger wettbewerbsfähig gemacht werden. Der Handel zwischen den Industrieländern war vom Multifaserabkommen ausgenommen und musste zwischen den betroffenen Ländern selbst geregelt werden. Das Multifaserabkommen umfasste nur bilaterale Abkommen zwischen Industrieländern und Entwicklungsländern sowie Japan. 52 Staaten bzw. 41 Vertragsparteien, wobei die damalige Europäische Gemeinschaft eine einzige Vertragspartei darstellte, nahmen am MFA teil (vgl. Engels 1990: 106f, Obando/Cortés 2002: 5, Schöppenthau 1993: 310f). Dieses protektionistische Abkommen hatte zum Ziel, Störungen bzw. „Marktzerüttungen“ auf den Absatzmärkten, vor allem in den Industrieländern, zu vermeiden. Das Multifaserabkommen lief Ende des Jahres 2004 aus, wobei bereits 1993 in der Uruguay Runde im Rahmen des GATT das Welttextilabkommen (WTA) oder Agreement on Textiles und Clothing (ATC) mit Übergangsbestimmungen für den Abbau des Multifaserabkommens beschlossen wurde.

Bis zum 1. Jänner 2005 konnten die mittelamerikanischen Länder vom Multifaserabkommen profitieren: Zentralamerikanische Produkte hatten besseren Zugang zum US-amerikanischen Absatzmarkt und damit einen Wettbewerbsvorteil, da Textilien aus Ostasien mit Quotenbeschränkungen versehen waren. Auch Produkte der immer stärker werdenden Wirtschaftsmacht China waren mit Quoten beschränkt (vgl. Hernández 2007: 105, 110, Sargent/Matthews 2009: 1071f, Schöppenthau 1993: 331).

Gerechtfertigt wurden die protektionistischen Handelsbeschränkungen einerseits mit dem Argument der Verhinderung der „Marktzerüttung“: Von einem derartigen Fall wird gesprochen, wenn eine starke Zunahme der Importe bestimmter Erzeugnisse aus einem anderen Herkunftsland den Absatz inländischer Produkte gefährdet, oder wenn die Preise der importierten Produkte weit unter den Marktpreisen vergleichbarer Produkte aus dem Inland liegen. Protektionistische Handelsabkommen sollten den Industrieländern Zeit für Umstrukturierungsmaßnahmen geben (vgl. Engels 1990: 108, Schöppenthau 1993: 310f).

Schon vor 2005, nämlich durch den Zusammenschluss der NAFTA-Länder im Jänner 1994 (Nordamerika, Kanada und Mexiko), gab es zwischen diesen Ländern einen Zoll- und Quotenabbau. Mexikanischen Produkten wurde zollfreier und quotenfreier Zugang zum US-amerikanischen Markt gewährt, wenn US-amerikanischer Stoff für die Produktion verwendet wurde. Durch dieses Abkommen konnte Mexiko seine Bekleidungsexporte auf den US-amerikanischen Markt enorm steigern. Der Anteil der mexikanischen Textil- und Bekleidungsimporte der USA erhöhte sich von 5% 1994 auf etwa 14% 1999 (siehe Abbildung 2)

(vgl. Abernathy et al. 2004: 33, Bair/Dussel Peters 2006: 206, Gitli 1997: 23, Sargent/Matthews 2008: 554).

Für die in geographischer Nähe zu Mexiko liegenden mittelamerikanischen Länder und die Karibik bedeutete NAFTA einen Wettbewerbsnachteil. Im Jahr 2000 wurde jedoch von der US-amerikanischen Regierung und den karibischen und zentralamerikanischen Ländern (darunter Honduras, Guatemala, Nicaragua, El Salvador und Costa Rica) das United States-Caribbean Basin Trade Partnership Act (CBTPA) unterschrieben (vgl. Bair/Dussel Peters 2006: 206, Hernández 2007: 106). Der Zoll- und Quotenabbau wurde somit auf Zentralamerika ausgeweitet, was den Ländern einen Wettbewerbsvorteil im Vergleich zu China brachte. Denn die Exporte aus China waren zu diesem Zeitpunkt noch mit Quoten beschränkt. 23 Länder in Zentralamerika und der Karibik konnten von diesem unilateralen Abkommen, das sich auf einseitige Bestimmungen für Zentralamerika und die Karibik beschränkte, profitieren. Bedingung für den bevorzugten Status der mittelamerikanischen Länder beim Export in die USA war die Herkunftsregel. Diese Bestimmung schrieb für die Produktion der Bekleidung in Zentralamerika US-amerikanische Baumwolle und Garne vor. Ziel dieses Abkommens im Jahr 2000 war, die Wirtschaft der 23 Länder nach zwei Hurrikanunglücken von 1998 anzukurbeln, den US-amerikanischen Export der Rohstoffe für die Bekleidungsproduktion zu fördern und eine Maßnahme gegen illegale Immigration in die USA durch Stärkung der Arbeitsplätze in den 23 Ländern zu setzen (vgl. Bair/Dussel Peters 2006: 206, FIEO NEWS 2009).

Der Beitritt Chinas zur WTO mit 1. Jänner 2002 bedeutete für die zentralamerikanischen Länder einen neuen Konkurrenzdruck. Auch China verfolgte das Ziel, einen attraktiven Investitionsstandort für Unternehmen in Freien Exportzonen anzubieten. Allein der Anstieg der Beschäftigungszahlen Chinas in seinen Freien Exportzonen von 18 Mio. 1997 auf 30 Mio. 2002 zeigt die wachsende Bedeutung der Freien Exportzonen für die Wirtschaftsleistung des Landes. Außerdem wird die neue Konkurrenzsituation zwischen China und den zentralamerikanischen Ländern deutlich (vgl. Dussel Peters 2005: 41f, Sargent/Matthews 2008: 542).

Im Jahr 2004 wurde zwischen sieben Ländern, der Dominikanischen Republik, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua und der USA, das Freihandelsabkommen DR-CAFTA (Dominican Republic – Central American Free Trade Agreement) nach dem Vorbild des Freihandelsabkommens NAFTA von 1994 abgeschlossen. Weniger Länder als noch beim CBTPA Abkommen von 2000 waren davon betroffen (vgl. Abernathy et al. 2006: 2209). Im Gegensatz zum unilateralen CBTPA Abkommen war das DR-CAFTA Abkommen durch wechselseitigen Freihandel gekennzeichnet. Außerdem beschränkte sich der Zoll- und Quotenabbau nicht mehr nur auf Produkte der Textil- und Bekleidungsindustrie wie beim

CBTPA, sondern schloss auch landwirtschaftliche Güter, Industrieprodukte und Dienstleistungen mit ein (vgl. FIEO NEWS 2009). Die USA hatten durch das Abkommen, wie schon durch das CBTPA, den Nutzen, dass die zuvor genannten Länder stark von US-amerikanischen Rohstoffen für die Bekleidungsproduktion abhängig waren und diese aus den USA importierten (vgl. Abernathy et al. 2006: 2227). Die Gründung der DR-CAFTA hatte zum Ziel, die verschiedenen Produktionsschritte für die Bekleidungsproduktion in geographischer Nähe anzusiedeln und ein großes Produktionsgebiet zu gründen, das sich in Zusammenarbeit der ostasiatischen Konkurrenz (vor allem China) nach dem Ende des Multifaserabkommens stellen kann (vgl. Bair/Dussel Peters 2006: 216f, Hernández 2007: 106, Sargent/Matthews 2009: 1079).

### **1.5.2 Neue Herausforderungen für Mittelamerikas Exportindustrie im Bekleidungssektor**

Betrachtet man Nicaragua als Beispiel auch für andere mittelamerikanische Länder, so ist in diesem Land die Konzentration im Bereich der Exporte auf die Textil- und Bekleidungsindustrie besonders stark sichtbar. Während beispielsweise 1990 Nicaraguas Textilexporte in die USA nur 0,25% der gesamten Exporte ausmachten, stieg der Anteil alleine bis 2003 auf 63%. Das Auslaufen des Textil- und Bekleidungsabkommens mit Ende des Jahres 2004 bedeutete für die zentralamerikanischen Länder einen verstärkten Wettbewerb mit anderen Entwicklungsländern, darunter vor allem mit China und Indien. Zuvor profitierte Mittelamerika zuerst durch das CBTPA und in weiterer Folge durch das DR-CAFTA Freihandelsabkommen vom uneingeschränkten Zugang auf den US-amerikanischen Markt. Während des Multifaserabkommens investierten asiatische UnternehmerInnen in Fabriken in Mittelamerika, um dadurch die Quotenregelungen und Importbeschränkungen im Zuge des Multifaserabkommens umgehen zu können (vgl. Hernández 2007: 107–111).

Vor allem auf Mexiko und in weiterer Folge auch auf die anderen zentralamerikanischen Länder hatte das Ende der Quotenregelungen im Textil- und Bekleidungssektor mit der verstärkten Konkurrenz Chinas sehr spürbare negative Auswirkungen. China konnte seine Beteiligung am weltweiten Handel von weniger als 1% 1980 auf über 6,5% 2005 steigern. Für die mittelamerikanischen Länder und ihre arbeitsintensive Exportproduktion stellt China eine große Herausforderung dar (vgl. Gallagher/Porzecanski 2008: 196, Jenkins/Dussel Peters/Mesquita Moreira 2008: 235). China verzeichnete bereits im ersten Viertel des Jahres 2005, nach dem Ende des Multifaserabkommens, eine Steigerung der Textil- und Bekleidungsexporte auf den US-Markt von 57% zum Vergleichszeitraum des Vorjahres. Der US-

amerikanische Markt ist auch für die zentralamerikanischen Länder der wichtigste Absatzmarkt (vgl. Bair/Dussel Peters 2006: 215). Der Schwerpunkt der Exportgüterproduktion Mittelamerikas liegt vor allem auf Waren, die für China bis 2005 besonders streng durch die Quoten beschränkt waren. Mit dem Ende der Quotenregelung herrscht nun auch für China im Export dieser Produkte freier Zugang zum US-Markt (vgl. Bair/Dussel Peters 2006: 216).

In einer Analyse argumentiert Dussel Peters, dass die Exportstruktur Chinas und jene der lateinamerikanischen Länder sehr ähnlich gestaltet sind. Der starke Wettbewerb zwischen China und den zentralamerikanischen Staaten begründet sich darin, dass vor allem Bekleidungs-, Elektronik-, und Automobilprodukte exportiert werden (vgl. Dussel Peters 2005: 56, Gallagher/Porzecanski 2008: 192f, 197, Jenkins/Dussel Peters/Mesquita Moreira 2008: 242). Auch ausländische Direktinvestitionen unterliegen verstärkter Konkurrenz. Nach 2000 wurden in Zentralamerika oder Mexiko deutlich weniger ausländische Direktinvestitionen getätigt. China war das Land, in das vermehrt investiert wurde (vgl. Gallagher/Porzecanski 2008: 192f, 197, Sargent/Matthews 2009: 1079).

Der Wert chinesischer Importe in die USA im Bekleidungssektor erhöhte sich von 6.192,9 Mrd. US-Dollar im Jahr 2000 auf 23.955,3 Mrd. US-Dollar im Jahr 2007. Im gleichen Zeitraum fielen die mexikanischen Importe der Bekleidungsindustrie in die USA von 8.617 Mrd. US-Dollar auf 4.629,7 Mrd. US-Dollar. Aus diesen Zahlen lässt sich der Rückschluss ziehen, dass die Öffnung des quotenfreien Handels mit Textilien starke Auswirkungen auf die wirtschaftliche Exportleistung mittelamerikanischer Länder hatte (vgl. Sargent/Matthews 2009: 1070). Der stärkere Wettbewerb mit China hat Beschäftigungsrückgänge, Schließungen von Maquiladoras und Arbeitsplatzverluste zur Folge, wovon vor allem weibliche, unqualifizierte Arbeitskräfte betroffen sind (siehe dazu Kapitel 2) (vgl. Jenkins/Dussel Peters/Mesquita Moreira 2008: 248, Sargent/Matthews 2008: 541). Auch die geringere Nachfrage der Industrieländer nach Bekleidung in wirtschaftlichen Krisenzeiten wie in den Jahren 2008 und 2009 bringt vor allem für Frauen Arbeitslosigkeit mit sich (vgl. Seguino 2009: 3).

Die Sonderstellung Mexikos und der zentralamerikanischen Länder durch die Handelsabkommen NAFTA, CBTPA und in weiterer Folge DR-CAFTA hat erst zum Boom der Maquiladora-Industrie in den jeweiligen Ländern führen können. Der Höhepunkt hinsichtlich Produktions-, Beschäftigungs- und Exportzahlen in Mexiko im Jahr 2000 und in den übrigen zentralamerikanischen Ländern 2004 konnte nicht gehalten werden. Als China 2001 der WTO beitrug, und die Quotenbeschränkungen 2004 mit dem Ende des Multifaserabkommens aufgehoben wurden, verzeichnete die zentralamerikanische Maquiladora-Industrie einen Rückgang (vgl. Sargent/Matthews 2008: 554f, VESTEX 2010: 18ff). Auch durch die US-amerikanische

Wirtschaftskrise im Jahr 2001 kann ein Teil der Rückgänge der US-Importe vor allem aus Mexiko und den zentralamerikanischen Ländern und der Verlust von Arbeitsplätzen in der Maquiladora-Industrie erklärt werden (vgl. Sargent/Matthews 2009: 1079).

Unternehmen, die ihre Produktionsstätten in Zentralamerika haben, berichten in einem Interview mit Maquila Solidarity Network von strukturellen Veränderungen durch das Ende des Quotenabkommens: Es gibt jetzt weniger Zulieferbetriebe, mit denen man in direktem Kontakt steht. Stattdessen werden die Beziehungen zu großen Unternehmen, die mehrere vor- oder nachgelagerte Produktionsschritte für den Nähbetrieb übernehmen („full-package“-Produktionsmodell), intensiviert. In engerem Kontakt als vor dem Quotenabbau wird versucht effizient und längerfristig zusammenzuarbeiten (vgl. Maquila Solidarity Network 2008: 2, 9).

China ist derzeit klarer Gewinner der Globalisierung und des Freihandels. Mexiko und Zentralamerika hingegen sind sowohl auf globalen als auch auf lokalen bzw. heimischen Märkten die derzeitigen Verlierer. Vor allem auf dem US-amerikanischen Absatzmarkt haben zentralamerikanische Produkte des Bekleidungs-, Elektronik- oder Automobilssektors kaum mehr Chancen gegenüber den chinesischen Waren (vgl. Jenkins/Dussel Peters/Mesquita Moreira 2008: 248). China weist schon durch die Größe seines Landes eine diversifizierte Wirtschaftsstruktur auf, während sich die Länder Mittelamerikas auf die arbeitsintensive und gering entlohnte Maquiladora-Industrie konzentrieren. Dadurch sind die Einflüsse und die Auswirkungen des Wettbewerbs nach dem Quotenabbau auf die zentralamerikanischen Länder größer und weitreichender als umgekehrt. Durch die große Produktionsmenge hat China Möglichkeiten, die Preise zu drücken und sich Wettbewerbsvorteile zu verschaffen (vgl. Jenkins/Dussel Peters/Mesquita Moreira 2008: 236, 242).

Jenkins et al. prognostizieren für Mittelamerika und Mexiko Deindustrialisierung. Das dürfte sich negativ auf das langfristige Wachstum und die technologische Entwicklung auswirken und könnte wieder zu einer wirtschaftlichen Konzentration auf landwirtschaftliche Produkte führen (vgl. Jenkins/Dussel Peters/Mesquita Moreira 2008: 246). Arbeitsplatzverluste durch Schließungen in der Textil- und Bekleidungsindustrie in Mittelamerika und Mexiko lassen erkennen, dass das Konzept der arbeitsintensiven billigen Produktion in den Maquiladoras ausgedient hat. Die Maquiladora-Industrie hat vereinfacht gesprochen einen Weg heraus aus dem Elend hinein in die Armut geschaffen (vgl. Jansen et al. 2007: 5, Jenkins/Dussel Peters/Mesquita Moreira 2008: 248).

Was aber ist zu tun? Wie kann die Wettbewerbsfähigkeit einer „neuen Maquiladora-Industrie“ Mittelamerikas in Zukunft gesichert werden?

Die genannten Länder sollten den Wettbewerbsvorteil der geographischen Nähe zum US-Markt nutzen und schwere Produkte mit hohen Transportkosten produzieren (vgl. Abernathy/Volpe/Weil 2006: 2228, Jenkins/Dussel Peters/Mesquita Moreira 2008: 243). Auch wenn es um besonders schnelle Lieferung („just-in-time“-Produktion) für den US-Absatzmarkt geht, können Mexiko und die mittelamerikanischen Länder auf den Vorteil der geographischen Nähe setzen (vgl. Abernathy et al. 2004: 31, Jenkins/Dussel Peters/Mesquita Moreira 2008: 243). Vor allem Produktgruppen wie Jeans, im Besonderen Männerjeans, sind aufgrund der starken Nachfrage und der schnellen Auffüllung von Lagerbeständen gefragt (vgl. Bair 2006: 2250).

Eine weitere Möglichkeit für die wirtschaftliche Zukunft der untersuchten Länder stellt die Spezialisierung auf Nischensektoren oder Sektoren, die für China und andere ostasiatische Länder uninteressant sind, dar. So soll versucht werden, dem Wettbewerb auszuweichen. Dies könnte eine Spezialisierung abseits von arbeits- und niedriglohnintensiver Produktion auf Produkte mit einer höheren Wertschöpfung (zum Beispiel im IT-Bereich) oder auf Dienstleistungen wie Marktforschung, Design, Logistik etc. bedeuten, um auf wirtschaftliche Veränderungen wie beispielsweise das Ende der Quotenbeschränkungen nicht so angeschlagen zu reagieren (vgl. Altenburg 1999: 83f, Gallagher/Porzecanski 2008: 198f, Jenkins/Dussel Peters/Mesquita Moreira 2008: 243, Mesquita Moreira 2007: 373).

Wirtschaftliche Schwierigkeiten und Rückgänge in der Produktion und im Absatz von Produkten der Bekleidungsindustrie treffen nach dem Auslaufen des Multifaserabkommens von 2004 vor allem instabile, periphere Länder mit einer fehlenden Infrastruktur (vgl. Abernathy et al. 2004: 41). Mittelamerikas Attraktivität in der Textil- und Bekleidungsproduktion kann bei der Einhaltung ökologischer und sozialer Standards liegen. Besonders ostasiatische Länder berücksichtigen diese Standards bei der Produktion kaum. So könnte die Wettbewerbsfähigkeit Mittelamerikas gegenüber China für InvestorInnen, die bei der Produktion auf die Einhaltung ökosozialer Standards setzen, gesichert werden (siehe Kapitel 2) (vgl. Jansen et al. 2007: 55).

## 1.6 Die Maquiladora-Industrie in Zentralamerika in der Krise

*“It`s not a trade zone. It`s a cementary.”* (Werner/Bair 2009: 6)

Mit diesen Worten beschreibt ein arbeitsloser Arbeiter der Dominikanischen Republik die Situation der Freihandelszonen in Zentralamerika und der Dominikanischen Republik. In allen DR-CAFTA Ländern mit Ausnahme Nicaraguas sanken die Exporte der Bekleidungsindustrie in die USA von 2005 bis 2008. Guatemala verzeichnete einen Rückgang von 23% und Costa Rica ein Sinken von 37%. In El Salvador sind die Zahlen mit 5% und in Honduras mit 1% nicht so dramatisch. Nicaragua hat die geringsten Lohnkosten in der Region und kann eine Steigerung der Bekleidungsexporte in die USA von 31% verzeichnen (vgl. Werner/Bair 2009: 6f).

Die Wirtschaftsdatenbank Business to Business CentralAmericaData berichtete 2008 und 2009 von Schließungen von Maquiladoras der Bekleidungsindustrie in allen zentralamerikanischen Ländern (vgl. Homepage von CentralAmericaData).

Das US-amerikanische Unternehmen Hanesbrands Inc. schloss mit Ende 2008 Nähfabriken in Costa Rica, El Salvador und Honduras, wovon 5.100 Beschäftigte betroffen waren (vgl. CoStarGroup 2008). Die Zeitung El Nuevo Diario berichtete von zwölf Schließungen von Maquiladoras in Nicaragua im ersten Drittel des Jahres 2009 und möglichen fünf weiteren (vgl. Lara 2009). Dramatischer gestaltet sich die aktuelle Lage in Honduras, wo seit der weltweiten Wirtschaftskrise 2008 24 Maquiladoras geschlossen wurden. Im Jahr 2008 verloren 15.000 und im ersten Drittel des Jahres 2009 5.000 Personen, vorwiegend Frauen zwischen 18 und 35 Jahren, ihren Arbeitsplatz (vgl. Ponce 2009). Im Juli 2008 wurde von der Schließung einer Sportbekleidungsproduktionsstätte in Guatemala berichtet, durch die 700 Arbeitskräfte arbeitslos wurden (vgl. Gudiel 2008) und im November meldete die guatemalteckische Tageszeitung el Periódico eine Kürzung von 4.000 Arbeitsplätzen bei der größten und wichtigsten Maquiladora Guatemalas *Koramsa*. Koramsa zählte im Jahr 2000 noch 20.000 Arbeitskräfte. 2005 wurde von den noch vorhandenen 18.000 Arbeitskräften auf 7.000 reduziert. Diese 7.000 Beschäftigten fertigten Woche für Woche 250.000 Jeans für Markenunternehmen wie Levi`s, GAP, Banana Republic an (vgl. Bair 2006: 2241, Redaktion von el Periódico 2008).

Ursache für die Schließung von einzelnen Maquiladoras ist einerseits der verstärkte Wettbewerb mit ostasiatischen Ländern, der durch das Ende der Quotenbeschränkung in der Bekleidungsindustrie entstand (siehe Kapitel 1.5.2), sowie andererseits der Lohndruck innerhalb der zentralamerikanischen Länder. EMIH (Equipo de Monitoreo Independiente de Honduras), die unabhängige Monitoring-Organisation zur Überwachung arbeitsrechtlicher Standards von Honduras, berichtete von 38 Fabrikschließungen in Honduras zwischen 2005 und März 2008

mit 18.000 von Arbeitslosigkeit betroffenen Arbeitskräften. Aktuell gibt es vor allem zwischen den Ländern Honduras und Nicaragua einen verstärkten Wettbewerb. Honduras reagierte auf die Schließungen und Verlagerungen von Maquiladoras nach Nicaragua im Februar 2007 mit der selektiven Einführung eines Mindestlohns in fünf ökonomisch schlechter gestellten Regionen an der Grenze zu Nicaragua, der unter jenem liegt, der im Rest des Landes gilt (vgl. Fachgespräch vom 13. November 2009, Werner/Bair 2009: 7–10).

*“In truth, competition – particularly in labor-intensive commodities – is not so much North versus South but South versus South.”* (Ross/Chan 2002: 8)

Die ursprüngliche neue internationale Arbeitsteilung mit der Auslagerung von Fertigungsprozessen aus den Ländern des Nordens in die Länder des Südens entwickelt sich in letzter Zeit zu einer Verlagerung von Produktionsprozessen zwischen den Ländern des Südens und einem verstärkten Wettbewerb zwischen den Entwicklungsländern selbst. Diese befinden sich in Bezug auf niedrige Lohnkosten, Flexibilität in den Arbeitsbedingungen und ökologischen Auflagen in einem zunehmend wechselseitigen Konkurrenzdruck (vgl. Ross/Chan 2002: 8). Gerade in wirtschaftlichen Krisenzeiten legen KonsumentInnen besonders Wert auf niedrige Preise, was zu mehr Druck im Arbeitsumfeld und geringeren Löhnen führt (vgl. Abernathy/Volpe/Weil 2006: 2227, Maquila Solidarity Network 2009a: 1). Die Arbeitsrechte der ILO werden entweder nicht in der nationalen Gesetzgebung verankert oder unterliegen kaum Kontrollen. Als oberstes Prinzip für die Regierungen vieler Entwicklungsländer gilt oft einzig und allein, einen für Investitionen attraktiven Standort bereitzustellen (vgl. Ross/Chan 2002: 8).

Wie auch aus Kapitel 1.5 hervorgeht, konzentriert sich der Wettbewerb in der Bekleidungsproduktion durch den Wegfall der Quotenbeschränkungen zwischen den Ländern des Südens. Zentralamerikanische Länder werben in Konkurrenz mit ostasiatischen Ländern, darunter vor allem mit China, um das Kapital der Investierenden.

Dieser aktuelle Trend der Verlagerung von Fertigungsschritten aus Ländern des Südens in andere Entwicklungsländer schafft neue Herausforderungen für Regierungen, Gewerkschaften und NGOs: Einerseits müssen sich Entwicklungsländer des Südens bewusst werden, dass sie untereinander die Spirale der Mindestlöhne und auch Arbeits- und Umweltstandards nach unten drehen, um für Unternehmen, deren Zentralen großteils in Industrieländern angesiedelt sind, attraktiv zu sein. Andererseits gibt es die Forderung nach einem weltweiten Regulierungssystem von sozialen und ökologischen Standards zur Überprüfung der Firmenethik (vgl. Ross/Chan 2002: 8). Tatsache ist, dass es eine neue Solidaritätsstrategie zwischen KonsumentInnen in entwickelten Ländern und ArbeiterInnen in Ländern des Südens geben muss,

um zur Verbesserung des Lebensstandards und Verringerung der Armut unzähliger arbeitsloser Arbeitskräfte von Maquiladoras beitragen zu können (siehe Kapitel 3) (vgl. Werner/Bair 2009: 9f).

Wie sich die Richtlinien von Standards in Krisenzeiten auf Markenunternehmen und deren ökonomische Situation auswirken, ist durchaus umstritten: Eine vorherrschende Meinung ist, dass ethische Standards für Unternehmen in Krisenzeiten „puren Luxus“ darstellen. Demgegenüber steht das Argument, dass sich Markenunternehmen, die bereits durch wirtschaftliche Krisenzeiten in Bedrängnis sind, das Risiko eines öffentlichen Skandals betreffend Verletzungen sozialer und ökologischer Standards nicht leisten können. Eine weitere Möglichkeit für Markenunternehmen ist, eine Kostenreduktion zum Beispiel durch die Reduzierung des Energieverbrauchs anzustreben. Darüber hinaus könnte durch Zusammenarbeit mit anderen Marken oder durch Verbesserungen der arbeitsrechtlichen Situation für die Beschäftigten die Produktivität der Unternehmen erhöht werden. Sind diese Maßnahmen jedoch mit zusätzlichen Kosten verbunden, werden sich Markenunternehmen vermutlich eher widersetzen, diese in ihre Unternehmensstrategie aufzunehmen (vgl. Maquila Solidarity Network 2009a: 7f, Rohitratana 2002: 61).

Nicht nur die zunehmende Liberalisierung mit dem Ende des Welthandelsabkommens MFA von 2005, sondern auch die Finanz- und Spekulationskrise von 2007 und die daraus resultierende Weltwirtschaftskrise 2008 bringen die Maquiladora-Industrie Mittelamerikas zunehmend in Bedrängnis. Durch den Rückgang in der Nachfrage kommt es früher oder später zu Produktionsrückgängen in den Fabriken, da die größten Handelspartner der Entwicklungsländer, nämlich die Industrieländer, sich aufgrund der weltweiten Wirtschaftskrise in Rezession befinden (vgl. Seguino 2009: 1f).

Nach einem aktuellen Bericht der ILO sind exportorientierte Sektoren, wie es auch die Maquiladora-Industrie Mittelamerikas ist, von der Krise besonders betroffen. Beschäftigte in diesen Sektoren spüren die Auswirkungen der weltweiten Wirtschaftskrise sehr deutlich. Frühere Finanzkrisen zeigen bereits, dass der Arbeitsmarkt im Gegensatz zur wirtschaftlichen Entwicklung (gemessen am BIP) längere Zeit für den Aufschwung braucht. Die ILO geht davon aus, dass der Arbeitsmarkt etwa vier bis fünf Jahre länger als die Wirtschaftsleistung eines Landes für einen wirtschaftlichen Aufschwung bzw. für eine Verringerung der Arbeitslosigkeit nach Krisen benötigt. Grund dafür ist, dass sich die Arbeitsplätze in Krisenzeiten auf den informellen Arbeitsmarkt konzentrieren und besonders viele Menschen von Langzeitarbeitslosigkeit betroffen sind. Um Veränderungen in diesen neuen Arbeitsmarktstrukturen zu

erreichen, muss ein längerer Zeitrahmen einberechnet werden (vgl. International Labour Organization 2009: VI).

## **1.7 Die Funktion der Maquiladoras im Globalen Produktionsnetzwerk der Bekleidungsindustrie**

Das Kapitel startet mit einer kurzen Diskussion verschiedener Varianten sogenannter (Produktions-) Ketten-Konzepte. Danach werden spezielle Charakteristika des Globalen Produktionsnetzwerks der Bekleidungsindustrie erörtert und ein konkretes Modell einer Wertschöpfungskette bestehend aus einzelnen Produktionsschritten in der Bekleidungsindustrie vorgestellt. Anschließend gilt es, die konkrete Rolle und Aufgabe der Maquiladoras in Zentralamerika im Globalen Produktionsnetzwerk der Bekleidungsindustrie zu erläutern.

Entsprechend dem Konzept der Globalen Produktionsnetzwerke, auf das im Rahmen der Diplomarbeit zentral Bezug genommen wird, werden Entwicklungen primär von Machtverhältnissen bzw. –asymmetrien gesteuert. Als Überleitung zu Kapitel 2 werden wichtige beteiligte AkteurInnen am Globalen Produktionsnetzwerk in der Bekleidungsindustrie vorgestellt.

### **1.7.1 Das Konzept der Globalen Produktionsnetzwerke**

Im Zuge der Globalisierung von Handel und Produktion finden heute verschiedene Produktionsschritte, die bei der Herstellung und Bereitstellung von Waren anfallen, an verschiedenen Orten der Welt statt. Seit Beginn der 1970er Jahre und in den 1980er Jahren verstärkt durch die Strukturanpassungsprogramme von IWF und Weltbank werden von transnationalen Unternehmen die Teilprozesse der Produktion in Entwicklungsländer mit günstigen Faktorkosten, beispielsweise für Löhne und Grundstücke, und flexiblen Arbeitsbedingungen ausgelagert (vgl. Plank/Staritz 2009a: 4f). Die Integration der Entwicklungsländer in die Weltwirtschaft über die Aufspaltung von Fertigungsprozessen seit den 1970er Jahren wird auch als „Neue Internationale Arbeitsteilung“ bezeichnet (vgl. Fröbel/Heinrichs/Kreye 1986: 36f). Die Verlagerung einzelner Produktionsschritte in Fabriken in so genannte Exportproduktionszonen ist eine sehr verbreitete Form einer derartigen integrativen Produktionsstruktur. Während sich die neue internationale Arbeitsteilung in ihrem Anfangsstadium auf die Auslagerung einfacher und arbeitsintensiver Produktionsschritte beschränkte, werden von transnationalen Unternehmen heute verschiedene, auch komplexe Produktionsschritte auf einer weltweiten Ebene vernetzt (vgl. Plank/Staritz 2009a: 5f). Mit Hilfe des Konzepts der Globalen Produktionsnetzwerke können derartige Formen der Organisation der weltweiten Produktion erfasst und

die Auswirkungen auf die unterschiedlichen Länder und die Bevölkerung erklärt werden (vgl. Plank/Staritz 2009a: 7).

Mittlerweile können vier Varianten an Ketten- oder Netzwerkansätzen unterschieden werden, die sich mit den Operationen und Transaktionen, die zur Produktion eines Gutes notwendig sind, beschäftigen (vgl. Coe/Dicken/Hess 2008: 272, Plank/Staritz 2009a: 8). Da sich die aktuelle Literatur zu den Wertschöpfungsketten in der Bekleidungsindustrie vorwiegend auf den englischen Sprachraum konzentriert, werden die Bezeichnungen im Folgenden auch auf Englisch angeführt.

1) Als „Commodity Chains“ (CC) oder Warenketten wird das Netzwerk aus verschiedenen Arbeits- und Produktionsprozessen bezeichnet, das für die Produktion und Vermarktung eines Endprodukts nötig ist (vgl. Plank/Staritz 2009a: 8).

2) Mittels „Global Commodity Chains“ (GCC) oder Globale Warenketten werden die Verbindungen zwischen verschiedenen Unternehmen (Produzent, Anbieter, Zulieferer) im weltweiten Rahmen auf- bzw. nachgezeichnet. Es wird untersucht, wie verschiedene TeilnehmerInnen in der Warenkette ihre Beteiligung an den Produktionsprozessen gestalten und optimieren können (vgl. Plank/Staritz 2009a: 9).

3) Das Konzept der „Global Value Chains“ (GVC) oder Globalen Wertschöpfungsketten fokussiert auf die Wertschöpfung, die über verschiedene Produktionsschritte hinweg generiert wird. Besonderes Augenmerk wird auf Fragen nach der Steuerung und Koordination globaler Produktionskomplexe – auch im Hinblick auf Qualitätskontrolle – gelegt (vgl. Bathelt/Glückler 2002: 30, Plank/Staritz 2009a: 9f).

Je nachdem, ob die Steuerung von Produktionszusammenhängen eher von Anbieter- oder Nachfrageseite her erfolgt, wird in der GVC-Literatur zwischen zwei Grundtypen an Wertschöpfungsketten unterschieden: Die Produktionsketten, die von den ProduzentInnen, also der AnbieterInnenseite, bestimmt werden, konzentrieren sich auf die Koordination der Produktion, wobei auch vorgelagerte und nachgelagerte Produktionsschritte mit eingeschlossen werden. Von dieser Art an producer-driven oder angebotsgesteuerter Wertschöpfungskette spricht man vor allem in kapital- und technologieintensiven Bereichen wie der Automobil- oder Computerindustrie. Die Bekleidungs- und Spielwarenindustrie sowie die Elektronikbranche im Bereich der Unterhaltung und des Haushalts fallen in die Kategorie der buyer-driven oder nachfragegesteuerten globalen Wertschöpfungsketten. Hier bestimmen große Markenunternehmen und transnationale Handelsunternehmen, die immer mehr an Macht gewinnen, über die Produktionsprozesse (vgl. Blume/Mauritz/Walther 2008: 53, Gereffi/Humphrey/Sturgeon 2005: 82, Quintana/Deras Robles/Torres 2002: 4f, Südwind Fachgespräch vom 13. November

2009). Markenunternehmen wie beispielsweise Nike, Reebok oder Liz Claiborne besitzen keine eigenen Produktionsstätten, sondern beschäftigen sich nur mit Design und Verkauf und beauftragen mit dem Produktionsschritt des Nähens der Kleidung beispielsweise Maquiladora-Unternehmen (vgl. Bair/Gereffi 2003: 147, Fachgespräch „Im Schatten des Profits“ vom 18. Mai 2010).

4) Im Konzept des „Global Production Network“ (GPN) oder Globalen Produktionsnetzwerks wird die lineare Sichtweise, die in der Kettenmetapher steckt, durch eine horizontale Netzwerkperspektive ersetzt. Darüber hinaus werden nicht nur die AkteurInnen betrachtet, die direkt am Produktionsprozess beteiligt sind. Auch die Beziehungen zu bzw. zwischen den ArbeiterInnen, KonsumentInnen, Regulierungsinstitutionen etc. sind von Interesse. Besonderes Augenmerk wird in dieser Perspektive auf die Analyse von Machtverhältnissen gelegt. Untersucht werden auch die Auswirkungen der Handlungen von Institutionen (beispielsweise WTO oder ILO), NGOs oder Gewerkschaften oder jene von politischen Regelungen auf die Ausgestaltung der Beziehung im Produktionsnetzwerk und deren Dynamik (vgl. Bair/Gereffi 2003: 3, Coe/Dicken/Hess 2008: 272, 284–287, Nadvi 2008: 331, Plank/Staritz 2009a: 9–17, 333).

Neben der Berücksichtigung unterschiedlicher Machtverhältnisse im Konzept des Globalen Produktionsnetzwerks (GPN) ist laut Dussel Peters auch die Bezugnahme auf den Raum und auf die räumliche Perspektive für ein Verständnis sozioökonomischer Prozesse ausschlaggebend. Nach Dussel Peters konzentriert sich das Konzept der Global Commodity Chains (GCC) nur auf die Aufwertung (upgrading) von Unternehmen. Darunter versteht man die Entwicklung eines Unternehmens von Tätigkeiten mit einem niedrigeren Wert zu höherwertigen Aktivitäten. Ob diese Aufwertung auch positive Effekte für die ArbeiterInnen zulässt (beispielsweise in Form von höheren Löhnen oder Arbeitsplatzsicherung), ist mit dem Konzept des Globalen Produktionsnetzwerks besser zu analysieren. Es ermöglicht die Untersuchung der Ursachen sozioökonomisch ungleicher Entwicklung von Regionen. Darüber hinaus sind die Auswirkungen des Zusammenspiels unterschiedlicher AkteurInnen über verschiedene räumliche Maßstabsebenen hinweg sichtbar (vgl. Dussel Peters 2008: 13, Plank/Staritz 2009a: 15, Plank/Staritz 2009b: 66).

Um zu zeigen welche Rolle verschiedene AkteurInnen in der Bekleidungsindustrie spielen, wie sie miteinander vernetzt sind (sowohl Nord-Süd als auch Süd-Süd) und welchen „Platz“ die Länder Mittelamerikas im Zeitverlauf einnehmen, wird das Konzept der Globalen Produktionsnetzwerke (GPN) gewählt.

## 1.7.2 Globale Produktionsnetzwerke in der Textil- und Bekleidungsindustrie

Wie ist die Bekleidungsproduktion heute gestaltet? Welche Merkmale prägen die aktuelle Dynamik im Globalen Produktionsnetzwerk der Bekleidungsindustrie?

- Die Bekleidungsproduktion weltweit ist gekennzeichnet von vielen verschiedenen global organisierten Teilprozessen. Die Produktion eines Kleidungsstückes erfolgt nicht in einem vertikal integrierten Unternehmen, das alle Tätigkeiten von der Rohstoffbeschaffung bis zum Absatz selbst übernimmt. Stattdessen werden einzelne Aktivitäten an verschiedene Orte und in verschiedene Sub-Unternehmen ausgelagert (vgl. Plank/Staritz 2009b: 66).
- In der Bekleidungsindustrie tritt eine Marktsättigung ein bzw. wird die Sättigung des Marktes erwartet, was einen verstärkten Wettbewerb der am Netzwerk beteiligten Länder zur Folge hat (vgl. Dussel Peters 2009: 7).
- Die Markenunternehmen, die die Produktionsprozesse dominieren und steuern, gehen immer mehr von der Auslagerung einzelner Produktionsschritte ab. Nachgefragt wird zunehmend die komplette Organisation der Herstellung eines Produktes durch ein einziges Unternehmen („full-package“). Für Zulieferbetriebe ist das mit steigenden Kosten verbunden. Neben der Produktion müssen auch logistische Dienstleistungen, Qualitätssicherung, Transport, Koordination und Vertrieb in Eigenverantwortung und auf eigene Kosten organisiert werden. Der Vorteil von „full-package“-Aufträgen im Vergleich zu einfachen Fertigungsaufgaben liegt darin, dass lokale Unternehmen und die lokale Wirtschaft auch von Aufträgen innerhalb der Globalen Wertschöpfungskette profitieren können (vgl. Bair 2006: 2237, Dussel Peters 2009: 7, Gereffi/Humphrey/Sturgeon 2005: 91f). Durch das Angebot von „full-packages“ besteht gegenüber Ländern mit Fabriken ohne „full-package“-Angebot ein Wettbewerbsvorteil und es können vermehrt InvestorInnen angesprochen werden. Wie in Kapitel 1.4 dargestellt, bieten vor allem Unternehmen der Bekleidungsproduktion in Costa Rica und Guatemala eine „full-package“-Produktion an. Für Unternehmen in El Salvador und Honduras besteht durchaus noch Aufholbedarf. Durch die engere Zusammenarbeit zwischen dem Hauptunternehmen und seinen Zulieferern im „full-package“-Modell besteht auch die Möglichkeit auf Wissensaustausch (vgl. Bair/Dussel Peters 2006: 207).
- Weitere Charakteristika der Bekleidungsindustrie sind seit Ende des 20. Jahrhunderts der schnelle Wechsel in der Mode („fast fashion“) und die zunehmende Variation in den angebotenen Produkten (vgl. Dussel Peters 2009: 8, Plank/Staritz 2009b: 66). Modeketten

wie Zara und H&M präsentieren auf Modeshows potentielle Produkte, die dann sogleich in den Warenhäusern landen sollen (vgl. Dussel Peters 2009: 8, Plank/Staritz 2009b: 66).

- Die Marktmacht und –kontrolle US-amerikanischer Handelsketten wie Walmart oder Macy`s erhöhte sich in den letzten Jahren enorm. In den USA waren 2008 nur zehn Warenhausketten für 50% aller Verkäufe verantwortlich. Vor allem in den USA sind jährliche Preise, Gewinne und Qualitätsbestimmungen für Unternehmen streng vorgeschrieben. Werden die Ziele, beispielsweise die Gewinne nicht erreicht, hat das für alle TeilnehmerInnen im Globalen Produktionsnetzwerk Konsequenzen und kann Strafen nach sich ziehen (vgl. Dussel Peters 2009: 8).
- Auch die Preis- und Zeitreduktion, die innerhalb der Produktionskette in der Bekleidungsindustrie mit „fast fashion“ einhergeht, ist ein Phänomen der letzten Jahre. Die Zeitspanne von der Unterschrift des Auftrages bis zum ersten Produkt darf heutzutage nur mehr sechs Wochen betragen (bei früheren acht Monaten) (vgl. Dussel Peters 2009: 8).
- Durch den zeitlichen Druck spielen vor allem Zulieferer in geographischer Nähe mit schnellen Transportmöglichkeiten zum Absatzmarkt (wieder) eine größere Rolle (vgl. Dussel Peters 2009: 9, Plank/Staritz 2009b: 68).
- In den wirtschaftlichen Krisenzeiten der USA 2001 und nach dem Ende der Quotenbeschränkungen durch das Multifaserabkommen im Jahr 2005 (siehe Kapitel 1.5) verstärkte sich der Wettbewerb in der Bekleidungsproduktion (vgl. Dussel Peters 2009: 9, Gallagher/Porzecanski 2008, Gereffi/Humphrey/Sturgeon 2005: 92, Sargent/Matthews 2009).
- Seit den 1990er Jahren spielen in der Bekleidungsindustrie auch soziale und ökologische Standards eine immer wichtigere Rolle. Große Markenunternehmen, wie beispielsweise Levi Strauss, Adidas, Nike oder GAP, erkennen die negativen Auswirkungen auf die Nachfrage nach den Produkten ihres Unternehmens, die Verletzungen von sozialen oder ökologischen Standards nach sich ziehen können (siehe dazu Kapitel 2) (vgl. Dussel Peters 2009: 9, Nadvi 2008).

Das Globale Produktionsnetzwerk in der Bekleidungsindustrie weist besondere Komplexität und viele beteiligte AkteurInnen auf, die sich geographisch gesehen auf den gesamten Globus verteilen. Ein Globales Produktionsnetzwerk ergibt sich auch dadurch, dass die einzelnen Produktionsschritte innerhalb des Netzwerks wiederum mit anderen Netzwerken zusammenhängen. Für das Einfärben eines Stoffes müssen beispielsweise auch chemische Erzeugnisse aus anderen Produktionsketten zur Verfügung stehen.

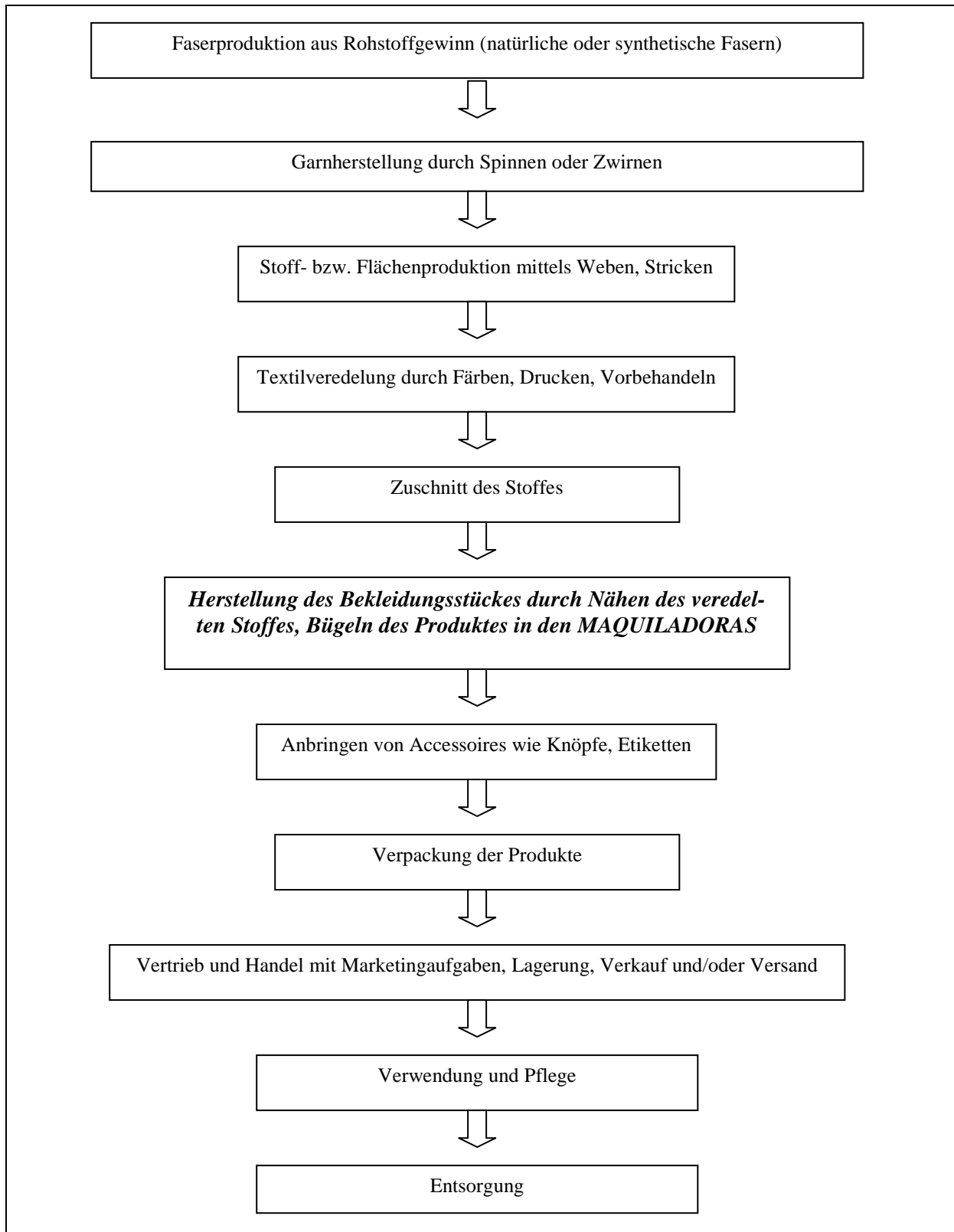
In der Textil- und Bekleidungsindustrie unterscheidet Şen zwischen vier verschiedenen zentralen AkteurInnen, die an Produktion und Vertrieb beteiligt sind: (i) FaserproduzentInnen, (ii) Fabriken, in denen Garne und Fasern zu Stoffen und Textilien hergestellt werden, (iii) ProduzentInnen von Textilien und Bekleidung und (iv) EinzelhändlerInnen bzw. VertreiberInnen der hergestellten Produkte (vgl. Şen 2008: 572ff).

Göbel (2006: 123), die eine textile Kette des deutschen Bekleidungsunternehmens Steilmann-Gruppe genauer untersucht, nennt folgende Produktionsschritte: Nach der (i) Fasererzeugung (Anbau, Synthese) werden die (ii) Stoffe durch Spinnen und Weben erzeugt. Die (iii) Veredelung der Stoffe sieht das Färben und Vorbehandeln vor, nach dem der Stoff in weiterer Folge zur (iv) Bekleidungsherstellung verwendet werden kann. Das fertige Produkt wird (v) verpackt und vertrieben und nach (vi) Gebrauch und Pflege wird es zur (vii) Entsorgung und zum Recycling gegeben. Bei Göbel endet die textile Kette außerdem nicht beim Einzelhandel mit dem Vertrieb des Produkts. Aus einer ökologischen Perspektive muss auch auf den Gebrauch und die Pflege der Bekleidungsstücke und die Entsorgung eingegangen werden (vgl. Göbel 2006: 123f).

Plank und Staritz stützen sich auf die von Appelbaum und Gereffi 1994 vorgeschlagenen folgenden fünf Schritte bzw. Etappen im Bekleidungssektor: (i) die Rohstoffbeschaffung von synthetischen oder natürlichen Fasern, (ii) die Bereitstellung aller benötigten Komponenten wie Maschinen, Garn etc., (iii) die Produktion der Bekleidungsstücke, (iv) der Export und Vertrieb der Produkte und zuletzt (v) das Marketing beim Einzelhändler (vgl. Appelbaum/Gereffi 1994: 45, Plank/Staritz 2009b: 67).

Eine sehr detaillierte textile Kette findet sich in *TexMix. Ein bunter Reiseführer durch die Welt der Textilien* von Rüesch (siehe Abbildung 3) (vgl. Rüesch 1995: 5). In dieser wird nicht nur explizit zwischen der Garn- und der Stoffherstellung unterschieden, sondern es werden verschiedene Teilschritte innerhalb eines Produktionsschritts (wie beispielsweise der Zuschnitt) extra ausgewiesen (vgl. Rüesch 1995: 5). Ähnlich wie bei Jansen et al. unterscheidet Rüesch nach dem Nähen auch noch um das Anbringen von Knöpfen, Reißverschlüssen und anderen Accessoires sowie das Verpacken (vgl. Jansen et al. 2007: 7–10).

Wichtig ist diese ausdifferenzierte Betrachtung für die „full-package“-Produktion. Nicht mehr nur der Fertigungsschritt des Nähens wird übernommen, sondern auch vor- und nachgelagerte Produktionsschritte werden hier organisiert. Die in Abbildung 3 dargestellte Wertschöpfungskette, die sich vor allem auf die ausführlicheren Konzepte von Jansen et al. und Rüesch stützt, soll als Grundlage für die Einordnung der mittelamerikanischen Maquiladoras in die Wertschöpfungskette der Bekleidungsindustrie im Zuge dieser Diplomarbeit dienen.



**Abbildung 3: Die Wertschöpfungskette der Bekleidungsindustrie**

(vgl. Jansen et al. 2007: 7–10, Rüesch 1995: 5)

### **1.7.3 Mittelamerikas Integration in das Globale Produktionsnetzwerk der Bekleidungsindustrie**

Die zentralamerikanischen Länder übernahmen in Zusammenhang mit der Schuldenkrise und den von IWF und Weltbank auferlegten Strukturanpassungsprogrammen in den 1980er Jahren das Konzept der Exportorientierung. Freie Produktionszonen waren eines der wichtigen Instrumente (vgl. Plank/Staritz 2009a: 5). Vor allem Unternehmen der USA ließen Produktionsschritte wie Zuschnitt und Nähen einfacher Kleidungsstücke, wie beispielsweise Unterwäsche und Herrenhosen, nicht mehr im eigenen Land durchführen. Aufgrund niedrigerer Kosten und Vorteile beim Zugang zum US-Absatzmarkt wurden diese Produktionsschritte nach Mexiko und Zentralamerika ausgelagert (vgl. Bair 2006: 2237, 2241). 2005 stammten 12% der Bekleidungsimporte der USA aus Zentralamerika inklusive Jamaika und der Dominikanischen Republik. 8% kamen aus Mexiko (vgl. Bair 2006: 2239, Dussel Peters 2008: 20). Neben dem US-amerikanischen Markt sind für die zentralamerikanischen Länder und ihre Exportprodukte auch noch der europäische Markt und teilweise auch die Märkte der Nachbarländer von Bedeutung (vgl. Singa-Boyenge 2007: 12f).

Zu den Anfangszeiten der Maquiladora-Industrie in den 1980er Jahren fand die Integration Zentralamerikas in das Globale Produktionsnetzwerk der Textil- und Bekleidungsindustrie über die Ausführung einzelner Fertigungsprozesse in neu errichteten Fabriken statt. Im ostasiatischen Raum entwickelte sich zur gleichen Zeit aufgrund der Nachfrage von Markenunternehmen schon das „full-package“-Modell. Die Unternehmen in Zentralamerika konzentrierten sich aber, unter bestimmendem Einfluss der USA, auf „production sharing“ bzw. den einfachen Fertigungsprozess. Die USA zeigten Interesse an diesem einfachen Modell. Denn für mittelamerikanische Exportprodukte, bei denen US-amerikanische Inputs verwendet wurden, gab es Zollbefreiung bei der Einfuhr in die USA (vgl. Bair 2006: 2236–2240).

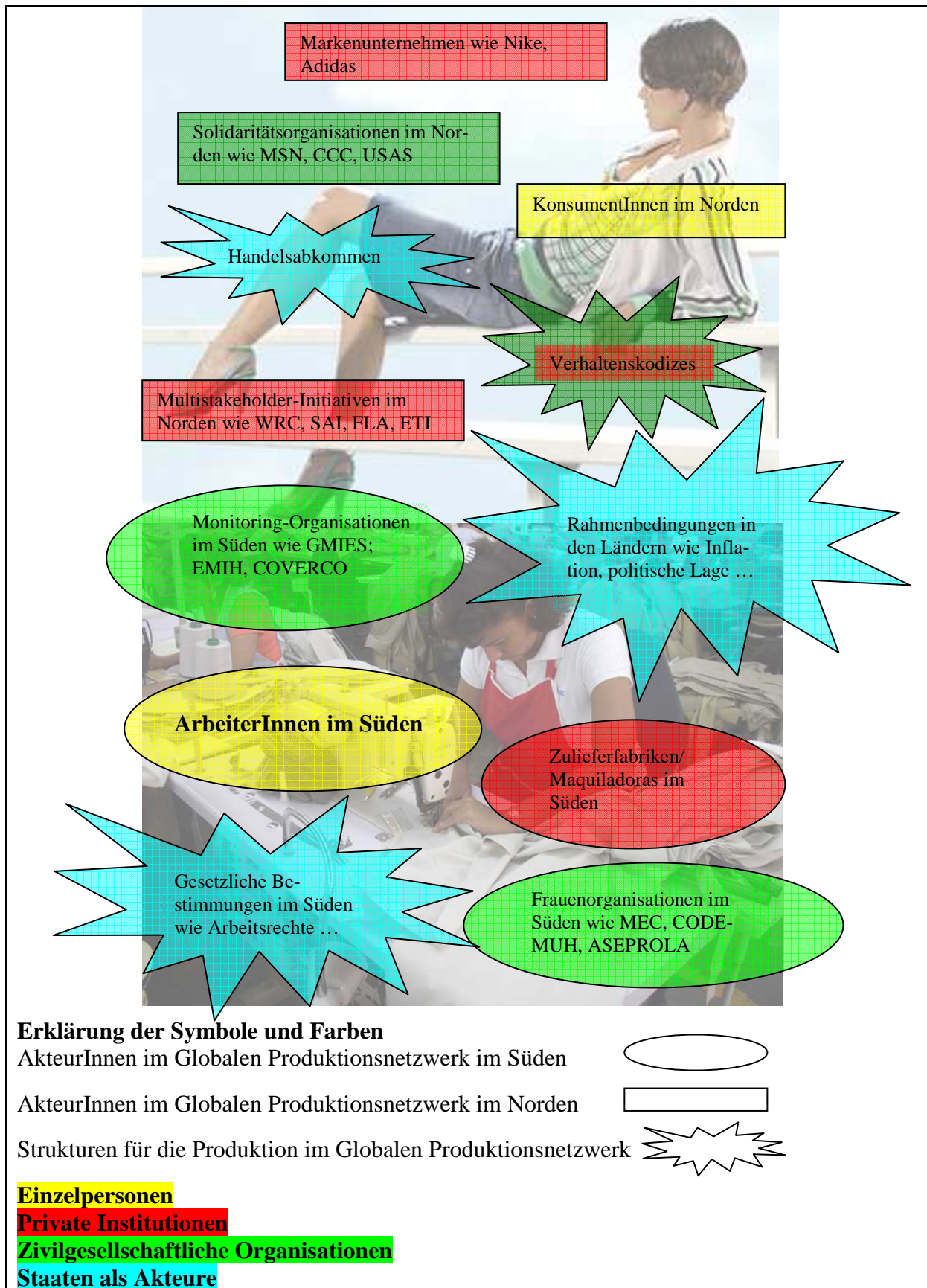
Neben den traditionellen Maquiladoras mit dem Modell des „production sharings“ auf der einen Seite und dem „full-package“-Modell auf der anderen Seite, das nun auch langsam in Mittelamerika in die Wertschöpfungskette der Textil- und Bekleidungsindustrie Eingang findet, verfolgen Unternehmen auch noch andere Produktionsstrategien: Dominant ist nach Bair die Produktion für den Export und nicht für den Binnenmarkt, da dieser in den letzten Jahren kaum Zuwächse im Absatz brachte. Unternehmen kombinieren heute verschiedene Modelle bzw. experimentieren mit neuen Strategien (vgl. Bair 2006: 2242f). In Honduras etwa gibt es laut Bair Unternehmen, die mit dem traditionellen Modell des „production sharings“ arbeiten, solche, die „full-package“-Produktion anbieten, aber auch Unternehmen, die ein Modell verti-

kaler Integration verfolgen. Vertikale Integration bedeutet, dass die Unternehmen, sowohl die Textilien, die für die Bekleidungsproduktion notwendig sind, als auch die Bekleidungsstücke selbst für Markenunternehmen produzieren. Die restlichen notwendigen Inputs werden zu einem Großteil aus den USA importiert. Die meisten dieser Unternehmen haben ausländische Eigentümer. Im Vergleich zur traditionellen Maquiladora-Produktion bedeutet dies zwar eine technologische Steigerung. Nichtsdestotrotz sehen Bair und Dussel Peters für die sozioökonomische Entwicklung des Landes keinen Vorteil, da es Honduras kaum gelingt, diese Spezialisierung territorial zu verankern und die lokale Wirtschaft in einem größeren Ausmaß in wertsteigernde Produktionsprozesse einzubinden (vgl. Bair/Dussel Peters 2006: 211–214, 218).

#### **1.7.4 AkteurInnen im Globalen Produktionsnetzwerk der Bekleidungsindustrie**

Entsprechend dem Konzept der Globalen Produktionsnetzwerke sind auch Arbeitskräfte und KonsumentInnen wichtige AkteurInnen in der Textil- und Bekleidungsindustrie (siehe Abbildung 4). Die Arbeitskräfte in Mexikos Maquiladoras waren in den 1980er Jahren vorwiegend junge, von ländlichen Gegenden in die Stadt migrierte Frauen. In der weiteren Entwicklung wurden auch vermehrt Männer eingestellt. Diese führen jedoch bis heute Tätigkeiten aus, für die höhere Löhne als für die klassischen Näharbeiten der Frauen gezahlt werden (vgl. Bair 2006: 2247ff).

Verschiedene Organisationen wie Gewerkschaften und NGOs sowie KonsumentInnen haben Einfluss auf die globale Produktion. Sie können die ProduzentInnen dazu anhalten, sich nach vorgegebenen Standards zu richten (vgl. Bair 2006: 2249, Nadvi 2008: 333). Beispiele für Organisationen, die das versuchen, sind von industrieller Seite her etwa die Fair Labor Association (FLA) oder NGOs wie das Maquila Solidarity Network (Red de la Solidaridad de Maquilas), die United Students Against Sweatshops Organisation (USAS) oder die Clean Clothes Campaign (CCC), um nur einige wenige zu nennen (siehe Kapitel 2) (vgl. Bair 2006: 2249, Dussel Peters 2009: 25). Gerade NGOs und die von diesen ausgearbeiteten ökologischen und sozialen Standards gewinnen in arbeitsintensiven Sektoren, wie es die Bekleidungsindustrie ist, vermehrt an Bedeutung und Macht gegenüber großen Unternehmen (vgl. Nadvi 2008: 330).



**Abbildung 4: AkteurInnen im Globalen Produktionsnetzwerk der Bekleidungsindustrie am Beispiel Mittelamerika**

(eigene Darstellung)

Abbildung 4 soll die Vielzahl an AkteurInnen im Globalen Produktionsnetzwerk der Bekleidungsindustrie veranschaulichen. Nicht nur Gruppen wie beispielsweise die Markenunternehmen haben in diesem Netzwerk große Macht. Auch Strukturen wie Handelsabkommen und Verhaltenskodizes regeln und beeinflussen die Produktion. Da alle angeführten Beteiligten immer im Austausch miteinander stehen, macht eine Markierung von Pfeilen für Beziehungen zwischen den Beteiligten wenig Sinn. Deshalb wurde versucht durch die räumliche Anordnung und die Formen (eckig für Länder des Nordens, oval für die Länder des Südens) eine Struktur in die Darstellung zu bringen. Die Hintergrundbilder mit den Frauen sollen zur besseren Veranschaulichung der Darstellung dienen: Die modisch gekleidete Frau, die für die Länder des Nordens stehen soll, sitzt mit dem Kopf weggedreht und könnte damit die (noch) eher abweisende bzw. uninformierte Haltung der KonsumentInnen in Ländern des Nordens gegenüber der Bekleidungsproduktion verdeutlichen. Für die Unterbildung der Länder des Südens wurde eine in einer Maquiladora arbeitende Frau gewählt.

Aus der Abbildung soll hervorgehen, dass Veränderungen und Handlungen der anderen Beteiligten im Globalen Produktionsnetzwerk auch Auswirkungen auf die ArbeiterInnen in den Zulieferfabriken haben.

Eine weitere farblich abgestufte Einteilung der AkteurInnen (neben der Zuordnung Länder des Nordens-Länder des Südens) erfolgte danach, ob es sich um Einzelpersonen, Staaten, private Organisationen oder zivilgesellschaftliche Organisationen handelt. Die Differenzierung unterschiedlicher Gruppen soll die Vielfalt der beteiligten AkteurInnen veranschaulichen. Das Bild soll insgesamt auch zeigen, dass für positive Veränderungen in der Bekleidungsproduktion nicht eine einzige Gruppe verantwortlich sein kann, sondern auch Einzelpersonen im Netzwerk Verantwortung tragen.

Kapitel 2 und 3 beschäftigen sich ausführlicher mit den AkteurInnen im Globalen Produktionsnetzwerk. Der Frage nach den Machtdynamiken und Machtbeziehungen zwischen diesen wird dort genauer nachgegangen. Wie die einzelnen AkteurInnen auf die Entwicklungen in der Bekleidungsproduktion Einfluss nehmen können, wird vor allem in Kapitel 3 diskutiert.

## **1.8 Zusammenfassung und Ausblick**

Zusammenfassend lässt sich über die Bekleidungsindustrie Mittelamerikas sagen, dass die Errichtung von Maquiladoras in verschiedenen Ländern Zentralamerikas in den Anfangsjahren durch die Ausweisung von Freien Exportzonen und die in diesen gewährten Sonderregelungen stimuliert wurden. Vor allem in Costa Rica konnte auch längerfristig eine relativ posi-

tive Entwicklung angestoßen werden. Bezieht man sich nur auf die Exportzahlen, so zeigt Costa Rica bis 1994 und die übrigen Länder Nicaragua, El Salvador, Guatemala und Honduras bis 2004 ein dynamisches Exportwachstum. Seit Ende des Multifaserabkommens und der Aufhebung der Quoteneinfuhrbeschränkungen chinesischer und anderer ostasiatischer Produkte in die USA und in andere Länder des Nordens, sinken die Werte für die Bekleidungsexporte wieder dramatisch ab. Die Abnahme führt sehr plastisch vor Augen, welchen großen Einfluss politische und wirtschaftliche Regelungen, wie zum Beispiel Handelsabkommen, auf die wirtschaftliche Entwicklung und in weiterer Folge auf die Bevölkerung haben können. Die Entwicklungen der nächsten Jahre in der Maquiladora-Industrie werden zeigen, ob die vermehrte Umstellung der Unternehmen auf „full-package“-Modelle den Abwärtstrend stoppen kann. Abzuwarten bleibt auch noch, ob und in welchem Ausmaß lokale Unternehmen von der Umstellung des Angebotes profitieren können.

In Zukunft gilt es, den Blick von der Makroökonomie und einzelnen Kennzahlen abzuwenden und stärker die Auswirkungen der wirtschaftlichen Entwicklungen auf die wichtigste AkteurInnengruppe in der Bekleidungsindustrie, die ArbeiterInnen, zu betrachten. Welche Effekte haben das Schließen und Absiedeln der Maquiladora-Industrie in Mittelamerika mit dem Verlust vorwiegend weiblich besetzter Arbeitsplätze auf die Frauen? Welche Lösungsmöglichkeiten werden für die Arbeitsplatzverluste in Aussicht gestellt bzw. welche Alternativen kann man den Frauen anbieten? Sind Investitionen in die arbeitsintensiven und niedrig entlohnten Arbeitsplätze noch adäquat? Welche Optionen haben NGOs und Institutionen sowie KonsumentInnen (vorwiegend) der Industrieländer, um auf die wirtschaftliche und soziale Situation der Bevölkerung in den Produktionsländern Einfluss zu nehmen?

Es gilt, nicht nur die wirtschaftlichen Zentren und großen Unternehmen in die Analyse einzubeziehen, sondern den Blick auch auf die Vielfalt der ArbeiterInnen im Globalen Produktionsnetzwerk zu richten und sich die unterschiedlichen Auswirkungen der Restrukturierung auf diese anzusehen. „Unsichtbare“ Beschäftigte müssen ein Gesicht erhalten und zu Arbeiterinnen und Arbeitern aus Zentrum oder Peripherie mit verschiedenen ethnischen Hintergründen, unterschiedlichen familiären Situationen und individuellen Geschichten werden (vgl. Nagar et al. 2002).

In Kapitel 2 stehen die ArbeiterInnen insgesamt, besonders aber die weiblichen, im Vordergrund. Obwohl ihre Arbeit am Endprodukt des Kleidungsstückes deutlich sichtbar ist, wird auf sie, die für die Herstellung der Produkte verantwortlich sind, oftmals vergessen.

## 2 Frauen und Frauenarbeit in den mittelamerikanischen Maquiladoras

*„Denn die einen sind im Dunkeln  
und die andern sind im Licht  
und man siehet die im Lichte,  
die im Dunkeln sieht man nicht.“*  
(Bertolt Brecht, Dreigroschenoper)  
(vgl. Prieto-Carrón 2004: 6)

Nach dem Auslaufen des Bracero Programms (vgl. Kapitel 1.3) sollten an der Grenze von Mexiko zu den USA vor allem für die männlichen Arbeitsmigranten Arbeitsplätze geschaffen werden. Tatsächlich sind in den Freien Exportproduktionszonen jedoch vorwiegend Frauen beschäftigt (vgl. Braig 1995: 5, Wilson 2002: 3f). In der Textil- und Bekleidungsindustrie in Mittelamerika lag der Anteil der weiblichen Beschäftigten 2006 bei etwa 80% (vgl. Jansen et al. 2007: 5).

Die wirtschaftliche Krisensituation und die Strukturanpassungsprogramme in den 1980er und 1990er Jahren in den zentralamerikanischen Ländern führten zu einem Stellenabbau im öffentlichen Dienst. Viele Frauen nehmen daher nach der Schulzeit, nach einer Ausbildung oder aufgrund geringer Qualifikationen eine Arbeit in den Maquiladoras an (vgl. Braig 1995: 5, Quintero Ramírez 2007: 68). Neben der Arbeit in den Maquiladoras haben Frauen oftmals nur Alternativen im informellen Sektor (etwa als Dienstmädchen) oder es bleibt der Weg in die Prostitution (vgl. Preuß 1984: 117). Im Vergleich zum informellen Sektor haben die Frauen in den Maquiladoras stabilere Arbeitsmöglichkeiten (vgl. Braig 1995: 5, Fussell 2000: 63).

Es ist schwierig, die Zahl der Arbeiterinnen in absoluten Zahlen anzugeben, da die Beschäftigungen im informellen Sektor, in Unterverträgen oder in Heimarbeit für die Maquiladoras bei den offiziellen Zahlen nicht berücksichtigt werden (vgl. Fritsch 1995b: 22). Heimarbeit ist eine unsichere – von der Nachfrage abhängige – Beschäftigung ohne soziale Absicherungen und mit Bezahlung nach gefertigter Stückzahl. HeimarbeiterInnen erhalten bei gleicher Arbeit wie die Näherinnen in den Maquiladoras einen geringeren Lohn (vgl. Carr/Chen 2004: 136, Wilson 2003: 62). Die dänisch-italienische Schuhmarke ECCO beispielsweise lässt mit solchen Unterverträgen HeimarbeiterInnen in Zentralamerika die Schuhe nähen (vgl. Prieto-Carrón 2008: 10).

Nach einer Studie der ILO aus dem Jahr 2007 reicht der Anteil weiblicher Arbeitskräfte in den Maquiladoras Zentralamerikas von 70% in Guatemala bis hin zu 90% in Nicaragua. Für Costa Rica gibt es keine Angaben. Honduras liegt mit 75% und El Salvador mit 85% Anteil weiblicher Arbeitskräfte dazwischen (vgl. Singa-Boyenge 2007: 12f). Die Arbeiterinnen sind

größtenteils zwischen 18 und 25 Jahre alt. Das Durchschnittsalter liegt bei 23 Jahren (vgl. Quinteros 2007: 3f). Laut einer Untersuchung aus dem Jahr 1999 sind die meisten der Frauen (zwischen 55% und 70%) nicht verheiratet, etwa drei Viertel von ihnen haben jedoch eigene Kinder und sind Alleinerzieherinnen (vgl. Prieto/Quinteros 2004: 149). Diese Frauen müssen für die Zeit, während sie in der Arbeit sind, eine Kinderbetreuung organisieren und bezahlen (vgl. Quisumbing/Hallman/Ruel 2007: 420).

Frauen arbeiten als gering qualifizierte Arbeiterinnen, während männliche Arbeitskräfte in Bereichen mit höheren Löhnen wie beispielsweise als Techniker tätig sind. Die Löhne sind außerdem auch abhängig von der Arbeitserfahrung in der Maquiladora selbst. Bessere Ausbildung bedeutet aber nicht immer höhere Löhne (vgl. Bellman 2004: 564, Preuß 1984: 108, Ver Beek 2001: 1558, Wilson 2003: 64–68). Innerhalb der Fabriken gibt es eine geschlechtsspezifische Arbeitsteilung: Männern werden eher Arbeitsplätze mit einer höheren Qualifizierung zugeschrieben, in denen sie mehr organisieren müssen und höhere Löhne erhalten. Frauen werden eher mit „häuslichen“ Tätigkeiten, wie in den Maquiladoras mit dem Nähen, beauftragt (vgl. Bair 2006: 2248, Prieto-Carrón 2008: 6).

Im zweiten Kapitel wird der Blick auf die vielen Frauen und ihre Bedürfnisse gelenkt, die am Globalen Produktionsnetzwerk als Näherinnen in den Maquiladoras beteiligt sind.

Warum arbeiten vorwiegend Frauen in den Maquiladoras? Welche Merkmale hat dieser „weibliche“ Arbeitsplatz und unter welchen Bedingungen arbeiten die Frauen? Welche Aufgaben haben Verhaltenskodizes und wer verfolgt ihre Umsetzung? Welchen Herausforderungen muss sich die Maquiladora-Industrie mit ihren AkteurInnen stellen?

## **2.1 Theorien zur Erklärung des „feminisierten“ Arbeitsplatzes in der Maquiladora-Industrie**

Warum ist der Arbeitsplatz in den Maquiladoras primär „für Frauen geschaffen“ und auf das weibliche Geschlecht zugeschnitten? Wie lassen sich die ungleichen Chancen und niedrigen Löhne erklären? Warum sind die Arbeitsplätze in den Maquiladoras für die Frauen trotzdem attraktiv?

Der „feminisierte“ Arbeitsplatz in den Maquiladoras soll in diesem Kapitel sowohl aus Perspektive der Unternehmen (nachfrageorientierte Ansätze) als auch aus Perspektive der Frauen (angebotsorientierte Ansätze) erklärt werden.

### **2.1.1 Nachfrageorientierte Erklärungsansätze: Frauen als flinke, folgsame und sorgfältige Arbeitskräfte**

Wieso stellen UnternehmerInnen der Maquiladora-Industrie vorwiegend Frauen in den Maquiladoras ein? Aus Perspektive der Nachfrage können Konzepte des weiblichen Arbeitsvermögens, Segmentationstheorien des Arbeitsmarkts sowie das Konzept der „stillen Reserve“ zur Erklärung der Frauendominanz auf den niedrig qualifizierten Arbeitsplätzen in der Maquiladora-Industrie herangezogen werden.

Das den Frauen aufgrund geschlechterdifferenzierter Sozialisation zugeschriebene „weibliche Arbeitsvermögen“ ist ein Grund für die UnternehmerInnen, vermehrt Frauen in den Maquiladoras anzustellen. Damit die monotonen Arbeitsschritte genau ausgeführt werden, fordern ArbeitgeberInnen junge, gesunde, billige und unerfahrene Arbeitskräfte (vgl. Braig 1995: 5, Oxfam International 2004: 39). Frauen gelten generell als disziplinierter, aufmerksamer, sorgfältiger, geduldiger, beeinflussbarer und weniger schnell gelangweilt als ihre männlichen Kollegen (vgl. Salzinger 2007: 62). Ihre großteils kleineren Finger und geschickteren Hände führen zu einer gesteigerten Fingerfertigkeit. Beschreibungen von FabrikleiterInnen heben das auch hervor. Insgesamt werden Frauen so als homogene Gruppe konstruiert (vgl. Quintero Ramírez 2007: 62).

Entsprechend Segmentationstheorien ist der Arbeitsmarkt typischerweise in ein primäres stabiles und in ein sekundäres instabiles Segment unterteilt. Die meist männliche Stammbeschäftigung im primären Beschäftigungssegment ist für die grundlegende Produktion und die Sicherstellung deren Qualität zuständig. Konjunkturelle Schwankungen in der Nachfrage (Auftragsspitzen oder –einbrüche in Krisenzeiten) werden mittels flexibler Beschäftigung von weniger qualifizierten Arbeitskräften bewältigt. Da Frauen als „stille Reserve“ des Arbeitsmarkts gelten, scheinen sie ideal für den Einsatz auf derartigen Arbeitsplätzen zu sein (vgl. Montaña Virreira/Milosavljevic 2010: 21, Zerche/Schönig/ Klingenberger 2000: 222).

Besonders beliebt bei den UnternehmerInnen ist die „flexible, junge, weibliche“ Arbeitskraft: Frauen migrieren oft wegen des Arbeitsplatzes vom Land in größere Zentren und wissen – weil sie zumeist jung und unerfahren sind – kaum über ihre Arbeitsrechte Bescheid (vgl. Armbruster-Sandoval 2003: 557). Die meisten Frauen zwischen 15 und 25 Jahren treten mit der Arbeit in den Maquiladoras zum ersten Mal in den Arbeitsmarkt ein und gehören nur in seltenen Fällen einer Gewerkschaft an. Nach Ansicht der UnternehmerInnen haben Frauen meist weniger Interesse bzw. Mut als ihre männlichen Kollegen, sich in Gewerkschaften zu organisieren. Außerdem neigen Frauen eher als Männer dazu, geringe Löhne in Kauf zu nehmen (vgl. Carr/Chen 2004: 136). Die jungen Frauen haben dadurch, dass sie mit der Arbeit in

der Maquiladora zum ersten Mal einer Erwerbstätigkeit nachgehen, zumeist keine Vergleichswerte für Beschäftigungs- und Lohnbedingungen in anderen Tätigkeiten. Sie lassen sich also mit den Bedingungen in den Maquiladoras eher zufrieden stellen als auf dem Arbeitsmarkt erfahrene Arbeitskräfte (vgl. Armbruster-Sandoval 2003: 557). ArbeitgeberInnen ziehen so einen großen Vorteil aus der Anstellung der jungen, unerfahrenen Arbeitskräfte.

Wegen des Überangebots an Arbeitskräften, die sich um die Arbeitsplätze in den Maquiladoras bewerben, können diese niedrig entlohnt bleiben. Da Frauen als „stille Reserve“ an vielen Orten der Welt verfügbar gemacht werden können, können Unternehmen darüber hinaus auch immer wieder drohen, ihre Produktion an Orte mit geringeren Produktionskosten auszulagern (vgl. Carr/Chen 2004: 130, Lim 1997: 222). Man spricht in Bezug auf die Freien Exportzonen in diesem Zusammenhang auch von der „Schwalbenproduktion“. Auf der ständigen Suche nach den geringsten Lohnkosten verlagern Unternehmen ihre Produktion immer wieder in andere Länder (vgl. Braig 1995: 5, Fritsch 1995b: 21).

Durch die geringen Lohnkosten bei den Arbeitskräften ist es für die Unternehmen außerdem von Vorteil, ihre Produktion nicht mit Hilfe von Investitionen in teure Maschinen umzustellen, sondern Frauen für die Produktion in den Fabriken einzustellen (vgl. International Labour Organization 2000: 28). Die Unternehmen sehen keinen Vorteil darin, mit Maschinen zu produzieren, solange es zwischen den Ländern einen Wettbewerb um die geringsten Löhne für die weibliche Arbeitskraft gibt. Ein Beispiel zur Veranschaulichung der geringen Löhne: In den Maquiladoras Nicaraguas liegen die Löhne 2006 bei 80 Córdoba am Tag. Von diesen 80 Córdoba pro Tag müssen beispielsweise bereits 20 Córdoba für die Busfahrt in die Arbeit aufgewendet werden (vgl. Jansen et al. 2007: 7).

### **2.1.2 Ungleiche Chancen und Löhne für Frauen und Männer in den Maquiladoras**

*“Employment takes advantage of women`s disadvantage.”* (Fussel 2000: 75)

Das Zitat verdeutlicht, dass die Ungleichheit zwischen Frauen und Männern nicht Ergebnis, sondern Voraussetzung für die Produktionsstrukturen und -bedingungen in der Maquiladora-Industrie ist. Die geschlechterspezifische Differenzierung von Chancen und Löhnen in der Maquiladora-Industrie lassen sich daher nur über Konzepte fassen und erklären, die die gesellschaftlich bestimmte Ungleichheit von Frauen und Männer als Ausgangspunkt haben. Patriarchatstheorien, das Konzept des Phallozentrismus und das Konzept des „doing gender“ werden im Folgenden verwendet, um die besseren Chancen von Männern sowie ihre Machtüberlegenheit in der Maquiladora-Industrie zu erklären. Für die Erklärung des geschlechter-

spezifischen Lohngefälls werden diskurstheoretische Ansätze, die Theorie der doppelten Vergesellschaftung und das Konzept der sozialen Reproduktion herangezogen.

Im Konzept des Patriarchats werden die ungleichen sozialen Beziehungen zwischen den Geschlechtern einerseits durch Strukturen erklärt, die männliche Dominanz absichern sowie andererseits durch Strukturen, die Unterdrückung und Ausbeutung der Frauen erlauben. Patriarchale Strukturen lassen sich sowohl im öffentlichen Raum (beispielsweise in Maquiladoras) als auch im privaten, häuslichen Bereich finden (vgl. Wilson 2003: 57f). Unter Ausbeutung generell versteht man, dass die Tätigkeit einer Arbeitskraft nicht mit einem entsprechenden Lohn rückvergütet wird (vgl. Sargent/Matthews 1999: 213). Während man im öffentlichen Patriarchat, wie beispielsweise in den Maquiladoras, eher von kollektiver Ausbeutung spricht, handelt es sich beim privaten Patriarchat um individuelle ungerechte Behandlung (vgl. Wilson 2003: 58). Durch den Eintritt der Frau in den Arbeitsmarkt (ökonomische Produktion) kommt das öffentliche Patriarchat zum privaten Patriarchat hinzu. Neben den Versorgungs- und Reproduktionsaufgaben im Haushalt und in der Familie, arbeiten Frauen für Lohn in der Maquiladora (vgl. Pearson 2007: 731, Walby 2009: 301f, Walby 1997: 6f). In diesem Zusammenhang spricht man auch von einer doppelten Vergesellschaftung (siehe unten).

Der Platz der Frau wird nach den patriarchalen Theorien im privaten Raum als Versorgerin der Familie gesehen, während der Mann im öffentlichen Raum für die ökonomische Erhaltung der Familie zuständig ist. Das Modell des „männlichen Brotverdieners“, in dem der Mann als Grundversorger der Familie gilt, erklärt wiederum die stabilen besser bezahlten Männer-Arbeitsplätze gegenüber den flexiblen, niedrig entlohnten Frauen-Arbeitsplätzen. Wie aus der Einleitung zu diesem Kapitel hervorgeht, arbeiten in den Maquiladoras großteils Alleinerzieherinnen. In Zentral- und Lateinamerika gilt das „männliche Brotverdiener“-Modell nur für einen kleinen Teil der Bevölkerung. Außerdem tritt dieses „männliche Versorger“-Modell in Krisenzeiten oder wenn die Männer arbeitsbedingt migrieren außer Kraft. Die Frau übernimmt dann die Aufgaben der ökonomischen Produktion und der sozialen Reproduktion (vgl. Wilson 2003: 58f).

Der Phallogentrismus ist ein weiteres Konzept zur Erklärung ungleicher Beziehungen zwischen Männern und Frauen: Bei der Arbeit in der Maquiladora nehmen beide Geschlechter eine gewisse Rolle ein, bzw. werden sie in eine Rolle gedrängt. Phallogentrismus bedeutet dominantes und machistisches Verhalten von Männern. Diese konzentrieren sich nach der Theorie des Phallogentrismus auf ihre Sexualität. Frauen im öffentlichen Raum in den Maquiladoras werden nicht von anderen männlichen Familienmitgliedern „beschützt“. Sie werden deshalb in die Rolle des „Objekts der Begierde“ für Männer gedrängt. Erst durch das Eintre-

ten der Frau in das öffentliche Patriarchat durch eine produktive Arbeitstätigkeit kann Phallogentrismus entstehen (vgl. Wilson 2003: 59f). Wilson und Salzinger sprechen in Zusammenhang mit der Rolle der Frauen bei der Arbeit in den Maquiladoras von der „feminisierten globalen Frau“, wie sie aus der Unternehmensperspektive konstruiert wird. Frauen werden in den Maquiladoras durch die Arbeitstätigkeit derartig geformt, dass sie den Vorstellungen der UnternehmerInnen entsprechen. Bezug wird beispielsweise auf das Aussehen der Frauen bei der Arbeit genommen. Die Frauen sollen sich für die beaufsichtigenden Männer adrett kleiden und schminken (vgl. Salzinger 2001: 18). Dadurch wird eine Weiblichkeit und Männlichkeit generiert, die die Frauen in der Arbeit einerseits um das Ansehen bei den Männern buhlen lässt und die Männer andererseits in die Rolle der Machos, die die Frauen als sexuelles Objekt sehen, drängt (vgl. Wilson 2003: 65f). Für die Frauen ergibt sich so auch die Möglichkeit über Sexualität und Flirten mehr Macht über die vorgesetzten Männer zu bekommen und sich daraus Privilegien wie beispielsweise Partybesuche, flexiblere Arbeitszeiten, Gehaltserhöhungen etc. zu beschaffen (vgl. Wilson 2003: 66). Die phallogentristische Ordnung bestimmt das „doing gender“ und Frauen präsentieren sich auch im Alltag in ihrer Rolle. Das weibliche Verhalten im Hinblick auf Kleidung, Make-up etc. wird in der Arbeit sozial konstruiert (vgl. Gildemeister 2010: 137).

Auf institutioneller Ebene werden die Rollenzuordnungen zu weiblich und männlich dafür ausgenutzt, die Arbeitsleistung der Frauen zu überprüfen und an den informellen Netzwerken, die sich bei den Frauen durch die gemeinsame Arbeit bilden, teilzuhaben. Diese Netzwerke erst sind die Grundlage für die Gewerkschaftsbildung und fördern das gemeinsame Eintreten der Frauen für ihre Rechte (vgl. Wilson 2003: 65f). Durch den Konkurrenzkampf zwischen den Frauen wird die Bereitschaft zur Organisation von Frauengruppen jedoch geschwächt. Erst diese Überlegenheit der Männer durch ihre höhere Position innerhalb der Maquiladora und ihr größerer Einfluss ermöglichen die Ausbeutung bzw. das Ausnutzen der benachteiligten Frauen.

Ungleichheit zwischen Männern und Frauen besteht auch hinsichtlich der Position des Arbeitsplatzes: Je höher die Anstellung ist, desto mehr Männer sind vertreten. Auch in den Kündigungen spiegeln sich Ungerechtigkeiten zwischen den Geschlechtern wider. In den Maquiladoras arbeiten viele gering qualifizierte und junge Frauen, die bei Einsparungen und Kürzungen in der Produktion in Krisenzeiten zuerst gekündigt werden (vgl. Quintero Ramírez 2007: 79, Prieto-Carrón 2008: 6, Wilson 2003: 14f). Verglichen mit dem Anfangsstadium der Maquiladoras werden in den letzten Jahren in Mexiko, in der mittlerweile dritten Phase der Modernisierung (siehe Kapitel 1.3), immer mehr Männer in den Maquiladoras angestellt (vgl.

Quintero Ramírez 2007: 79, Wilson 2003: 14f). Gerade wenn sich Unternehmen diversifizieren und auf höhere Technologien setzen, werden zumeist zuerst die Frauen gekündigt. Bei der Diversifizierung handelt es sich oftmals um eine Spezialisierung auf technologieintensivere Bereiche, die eine höhere Qualifikation erfordern. Die Chance auf bessere Qualifizierung und Ausbildung bleibt Frauen im Gegensatz zu den Männern jedoch oftmals verwehrt. Werden Frauen in Krisenzeiten gekündigt, ist es für diese – im Gegensatz zu ihren männlichen Kollegen – schwieriger eine Arbeit mit ähnlichen Bedingungen und ähnlicher Bezahlung zu finden. Dies bedeutet, dass Frauen oftmals in den informellen Sektor oder in die Heimarbeit mit geringerer Bezahlung und ohne soziale Absicherung wechseln müssen, während Männer im formellen und öffentlichen Arbeitsmarkt Beschäftigung finden (vgl. Carr/Chen 2004: 138ff).

Besonders die geringen Löhne sind nach Salzinger ein Grund dafür, warum die Arbeitsplätze in den Maquiladoras vorwiegend von Frauen besetzt werden und als untypische Männer-Arbeitsplätze gelten (vgl. Salzinger 2007: 16). Umgekehrt rechtfertigen UnternehmerInnen mit dem Argument, dass vorwiegend Frauen in den Maquiladoras arbeiten, die geringen Löhne. Sie vertreten somit die Ansicht, dass Frauenlöhne geringer als Männerlöhne sein dürfen (vgl. Montaña Virreira/Milosavljevic 2010: 20, Quintero Ramírez 2007: 63f).

In den Anfangsjahren der Maquiladora-Industrie in Mexiko waren die Arbeiterinnen vorwiegend ledige Frauen, die ökonomisch gesehen meist nur für sich selbst aufkommen mussten. Im diskurstheoretischen Ansatz weist Wright darauf hin, dass Unternehmen Frauen als homogene Gruppe ansehen. Leslie und Salzinger sprechen in diesem Zusammenhang auch von der „feminisierten globalen Frau“ (vgl. Salzinger 2001: 18). Da die Frauen jung und kinderlos sind und keine Versorgungsaufgaben haben, wird ihnen weniger Lohn gezahlt. Melissa Wright (vgl. Wright 1997) spricht in diesem Zusammenhang von einem Lohn, von dem sich die Frauen aus der Perspektive der UnternehmerInnen lediglich Make-up-Artikel kaufen müssen („*working for a lipstick*“) (Nagar et al. 2002: 261). Während die Löhne heute immer noch gering sind, beschränkt sich die Arbeiterschaft nicht mehr nur auf junge, ledige Frauen ohne ökonomische Versorgungsaufgaben (vgl. Montaña Virreira/Milosavljevic 2010: 20, Quintero Ramírez 2007: 63f).

Die Theorie der doppelten Vergesellschaftung, eine Kombination aus nachfrage- und angebotsorientierten Ansätzen, erklärt die geringen Löhne der Frauen in den Maquiladoras und die Flexibilität in der Arbeit folgendermaßen: Frauen müssen Aufgaben der sozialen Reproduktion wie Versorgungs- und Haushaltsarbeit zusätzlich zur Arbeit in der Maquiladora leisten. Mit den flexiblen Arbeitsplätzen kommt man ihnen entgegen (vgl. Alscher 2001: 67, Becker-

Schmidt 2010: 65f, Oxfam International 2004: 20). Nach dem Konzept der sozialen Reproduktion ist der flexible und instabile Arbeitsmarkt ideal für Hausfrauen. Die flexible und unsichere Arbeit in den Maquiladoras ist mit den flexiblen reproduktiven Tätigkeiten, wie der Versorgung von Kindern, für Frauen gut zu vereinbaren (vgl. Montaña Virreira/Milosavljevic 2010: 20). Die Erwerbstätigkeit der Frauen stellt nach dieser Theorie eine reine zusätzliche finanzielle Unterstützung für das Haushaltseinkommen dar, während der Mann als zuständig für die Grundversorgung einer Familie angesehen wird (male breadwinner bias) (vgl. Fussel 2000: 60, Lim 1997: 220ff, Wilson 2003: 59).

### **2.1.3 Angebotsorientierte Erklärungsansätze: Die Arbeit in den Maquiladoras als Chance zur Unabhängigkeit?**

Fernández-Kelly, die sich als Forscherin selbst in einer Maquiladora in Mexiko bewirbt und dort arbeitet, berichtet von ihren Erfahrungen: Einen Arbeitsplatz in einer Maquiladora zu erhalten, stellte sich als schwieriger als erwartet heraus. Die Frauen erfahren von offenen Stellen bei einem Maquiladora-Betrieb zumeist durch Mundpropaganda, weil FreundInnen oder Verwandte von der Arbeit berichten (vgl. Fernández-Kelly 1997: 205, Fernández-Kelly 1983: 110, Naranjo/Oberndorff 1995: 16). Für Frauen ab 25 sinken außerdem die Chancen auf einen Arbeitsplatz in einer Maquiladora mit steigendem Alter. Auch ein Probetest im Bereich des Nähens muss vor der Einstellung absolviert werden (vgl. Fernández-Kelly 1983: 109–115, Jansen et al. 2007: 5, Südwind Gesprächsrunde vom 10. November 2009). Das Angebot an ArbeiterInnen ist groß und die BewerberInnen sehen sich als KonkurrentInnen, weshalb aus UnternehmerInnenperspektive auch die Löhne niedrig gehalten werden können (vgl. Collins 2007: 397–400). Die Arbeit in den Fabriken stellt für viele Frauen ein zumindest auf kurze Sicht gesehen sicheres Einkommen dar, das für die Versorgung der Frauen selbst bzw. ihrer Familien dienen kann. Bei ökonomischen Analysen der Arbeitsplätze in den Maquiladoras wird von WissenschaftlerInnen wie Krugman oder Sargent und Matthews (vgl. Sargent/Matthews 1999) betont, dass den ArbeiterInnen mit den Maquiladoras zumindest eine Form der Arbeit geboten werden kann: „*Bad jobs at bad wages are better than no jobs at all*“ (Krugman 1997).

Die Maquiladoras waren lange Zeit für einen einzigen Produktionsschritt bei der Herstellung eines gesamten Kleidungsstückes verantwortlich. Auch innerhalb der Fabriken sind Teilverrichtungen in den einzelnen Produktionsschritten wieder auf verschiedene Arbeitskräfte aufgeteilt. Die Arbeitskräfte arbeiten in kleinen Teams, in so genannten Reihen, wobei ihnen in diesen Teams eine Aufsichtsperson zur Wahrung von Disziplin und Qualität zugeteilt wird.

Die Arbeit jeder einzelnen Arbeiterin hat wieder Auswirkungen auf die Arbeit der anderen Frauen, da diese für die Weiterverarbeitung des Produktes bzw. des Kleidungsstückes zuständig sind (vgl. Naranjo/Oberndorff 1995: 15, Fachgespräch vom 13. November 2009, Fernández-Kelly 1997: 211).

In den 1980er Jahren betreiben Mexikos Maquiladoras sogar explizites „doing gender“: Nach Preuß gibt es Schönheits- oder Sportwettbewerbe für die Arbeiterinnen, um diese in Bezug auf ihre Tätigkeit in den Maquiladoras positiv zu stimmen (vgl. Preuß 1984: 108). In Zentralamerika gibt es solche Anreizsysteme und andere Vergünstigungen für die Arbeitskräfte aktuell nicht und es herrschen insgesamt strengere Bedingungen (vgl. Bellman 2004: 565). So stellen etwa Gespräche mit den anderen Arbeiterinnen in Mexikos Maquiladoras eine willkommene Abwechslung neben der sonst so langweiligen und monotonen Arbeit des Nähens dar (vgl. Preuß 1984: 110, Quintero Ramírez 2007: 69). Aus Honduras wird allerdings berichtet, dass Gespräche zwischen den Arbeiterinnen verboten sind (vgl. Armbruster-Sandoval 2003: 557). Die unterschiedlichen Bestimmungen in den Maquiladoras weisen darauf hin, dass UnternehmerInnen sich der unterschiedlichen Frauenbilder in den verschiedenen Ländern bewusst sind. Sie gestalten die Arbeitsbedingungen in den Fabriken nach diesen Frauenbildern.

Beginnt die Frau in der Maquiladora zu arbeiten, kann es nicht nur zu Veränderungen im privaten Bereich, sondern auch im öffentlichen Raum kommen (vgl. Prieto-Carrón 2008: 7). Durch den Kontakt mit den anderen Frauen entwickelt sich eine öffentliche Kultur der Frauen. Die Frauen gehen – soweit ihre Freizeit und ihr familiäres Umfeld dies zulässt – gemeinsamen Aktivitäten nach. Sie treffen sich zum Plaudern, gehen gemeinsam aus etc. (vgl. Preuß 1984: 114f). Auch die gemeinsame Zeit mit anderen Frauen zum Austausch über verschiedene Themen, die das Leben der Frauen bewegen, nehmen viele Frauen als positives Element der Arbeit in der Maquiladora wahr (vgl. Prieto-Carrón 2008: 7).

Warum sind die Arbeitsplätze in den Maquiladoras für viele Frauen so attraktiv?

Als angebotsorientierte Erklärungsansätze können Konzepte zum „weiblichen Lebensplan“ sowie Modernisierungstheorien herangezogen werden.

Entsprechend dem klassischen Konzept des „weiblichen Lebensplans“ arbeiten Frauen nur bis zur Heirat oder zur Gründung einer Familie. Nach der Theorie der doppelten Vergesellschaftung gehen Frauen aber auch neben der Versorgungsarbeit ihrer Familie einer Erwerbstätigkeit nach. Wie Modernisierungstheorien erklären, wollen Frauen heute genauso wie Männer für einen längeren Zeitraum ihres Lebens arbeiten. Es ist modern, nicht nur im Haushalt zu

arbeiten, sondern auch Tätigkeiten außerhalb des Haushalts zu erlernen und auszuführen (vgl. International Labour Organization 2000: 22, Oechsle/Geissler 2010: 215, Wick 1998: 237f, 243).

Die weiblichen Arbeitskräfte in den Maquiladoras sind oftmals junge Frauen, die wegen besserer Lebens- und Arbeitsbedingungen vom Land in die Stadt ziehen. Die geregelten Arbeitszeiten und das regelmäßige Einkommen sprechen die Frauen an. Außerdem sammeln sie Erfahrungen bei der Arbeit in einem industriellen Betrieb und die Aufgabe wird als geregelter angesehen als beispielsweise die Tätigkeit einer Hausangestellten im informellen Sektor (vgl. Naranjo/Oberndorff 1995: 16).

Manche Frauen beginnen aus der ökonomischen Notwendigkeit heraus in den Nähfabriken zu arbeiten. Die Arbeit in den Maquiladoras kann auch Selbstverwirklichung, persönliche Befriedigung und Stärkung des eigenen Selbstwertgefühls bedeuten (vgl. Quintero Ramírez 2007: 68). Die Tätigkeit in den Maquiladoras bietet den Frauen die Möglichkeit der Flucht von zu Hause, wo sie Unterdrückung erleben, und bedeutet für sie einen Weg zu mehr Freiheit und Unabhängigkeit (vgl. Carr/Chen 2004: 135f, Prieto-Carrón 2008: 6).

Einerseits kann der eigene Lohn, den die Frauen durch die Arbeit in den Maquiladoras erhalten, zu ökonomischer Unabhängigkeit und einer verbesserten Position der Frau innerhalb der Familie führen (vgl. Prieto-Carrón 2008: 7, Wilson 2003: 63). Andererseits kann das eigene Einkommen der Frauen Ehekonflikte oder Konflikte mit dem Partner auslösen. Durch die „neue“ Unabhängigkeit der Frau befürchten die Männer eine Verringerung ihrer Macht. Bei alleinerziehenden Arbeiterinnen könnte als Reaktion auf das eigene Einkommen der Frau die finanzielle Unterstützung der Väter der Kinder abnehmen. Wenn die Männer arbeitslos sind oder Geld für Alkohol und Spiel ausgegeben wird und die Frauen für das Einkommen aufkommen, besteht die Gefahr, dass die Frauen häuslicher Gewalt ausgeliefert sind. Die Arbeit in der Maquiladora bietet den Frauen andererseits auch die Chance, ihre Machtposition und Autorität gegenüber dem Mann zu stärken. Durch ein gesteigertes Selbstvertrauen kann sie ihre Interessen gegenüber dem Mann selbstbewusster vertreten (vgl. Oxfam International 2004: 28, Preuß 1984: 113–116, Wilson 2003: 61ff).

Neben den positiven Erfahrungen, die Frauen im Zuge ihrer Arbeit in der Maquiladora sammeln können, gibt es auch negative Begleiterscheinungen:

Zwar vermittelt die Arbeit in einer Maquiladora manchen Frauen das positive Gefühl, etwas Wichtiges zu tun und durch ihre Arbeit produktiv für ein Unternehmen tätig zu sein (vgl. Quintero/Dragustinovis 2006: 43ff). Die Arbeitstätigkeit selbst stellt für die meisten Arbeit-

rinnen jedoch keine Form der Möglichkeit zur Selbstverwirklichung dar und es besteht keine Chance zur Identifikation mit den Tätigkeiten. Durch die globale Produktion werden die Produktionsschritte vom Unternehmen, für welches produziert wird, territorial entkoppelt. Den Frauen bleiben neben der monotonen Arbeitstätigkeit nur die Träume von Berufen, die sie mehr erfüllen würden, etwa der der Krankenschwester oder der einer Reporterin (vgl. Collins 2007: 403, Quinteros 2007: 5, Quintero/Dragustinovis 2006: 34). Auf die Individualität und Vielfalt der Frauen wird bei der Tätigkeit in den Maquiladoras, wo die Frauen aus Unternehmensperspektive als „feminisierte globale Frau“ konzipiert werden, keine Rücksicht genommen (vgl. Carr/Chen 2004: 134). Das Zitat „*Soy más que mis manos*“ (Quintero/Dragustinovis 2006: 13), das „*Ich bin mehr als nur meine Hände*“ bedeutet, beschreibt die Rolle, in die Frauen von UnternehmerInnen gedrängt werden, und die Erwartungen, die an die Frauen gerichtet sind, sehr gut. Die Aussage weist außerdem darauf hin, dass die Arbeit in den Maquiladoras nur ein Bestandteil des Lebens der Frauen ist, diese aber je nach ihrer eigenen Biographie auch ein Leben in der Gesellschaft mit Problemen und Wünschen für die Zukunft etc. haben (vgl. Quintero/Dragustinovis 2006: 17–21). In weiterer Folge bedeutet dies, dass die Problemlösungsmöglichkeiten für die ungleichen Chancen und die Unterstützung für die Frauen in der Maquiladora-Industrie nicht für alle Frauen gleich aussehen können bzw. auch nicht ohne Mitgestaltung und Mitsprache der Frauen selbst ablaufen können.

## **2.2 Arbeitsrechtsverletzungen in den Maquiladoras: Arbeit um jeden Preis**

In den Industrieländern sind die schlechten Arbeitsbedingungen in den Maquiladoras zunehmend Thema in den Medien: Berichtet wird von zu geringen Löhnen, Mängeln in Sicherheits- und Gesundheitsstandards, unbezahlten Überstunden, psychischen und physischen Misshandlungen sowie sexueller Belästigung. Kontrollen und Einschränkungen im Toilettenbesuch der Arbeitskräfte oder das Verbot von gewerkschaftlicher Organisation bzw. gewerkschaftliche Betätigung mit Kündigung als Folge sind nur eine Auswahl der langen Liste der Verletzungen der Arbeitsrechte in manchen Nähfabriken Mittelamerikas (vgl. Bellman 2004: 567, Prieto/Quinteros 2007: 4, Quinteros 2004: 149f, Renzi 1997: 63, Sargent/Matthews 1999: 213f, 216). Von geschlechterspezifischer Diskriminierung wie zum Beispiel Kündigung infolge einer Schwangerschaft berichtet Bellman. Auch die Pflege kranker Kinder oder anderer Familienangehöriger, eine oft weibliche Arbeitsaufgabe, wird den Frauen verwehrt. Zeitliche oder quantitative Beschränkungen beim Toilettengang, die vor allem Frauen aufgrund ihres Monatszyklus oder in der Schwangerschaft stärker betreffen, zählen unter anderem zu den frau-

enspezifischen Arbeitsrechtsverletzungen in den mittelamerikanischen Maquiladoras (vgl. Bellman 2004: 570).

In Honduras wird von Arbeitsrechtsverletzungen besonders in der Probephase, etwa zwei Monate vor der offiziellen Einstellung, berichtet. In dieser Probephase sind die Arbeiterinnen besonderer Kontrolle bei ihren Tätigkeiten ausgeliefert und sie werden von SupervisorInnen streng überwacht, um feststellen zu können, ob sie fehlerfrei arbeiten können oder nicht. Männliche Aufsichtspersonen belästigen die Frauen oftmals sexuell und üben psychischen Druck aus. Aussagen wie „*Eres muy lenta. Eres una tortuga*“ (Iris Onyeda Henriquez, Südwind Gesprächsrunde 10. November 2009), was so viel wie „*Du bist so langsam wie eine Schnecke*“ bedeutet, setzen die Arbeiterinnen unter Druck (vgl. Südwind Gesprächsrunde 10. November 2009).

Eine ehemalige Arbeiterin in einer Maquiladora in Honduras bringt den psychischen Druck, der auf die Arbeiterinnen ausgeübt wird, folgendermaßen zum Ausdruck: „*Les importa la cantidad y la calidad. Exigen mucho. Les da igual cómo estás*“ (Iris Onyeda Henriquez, Südwind Fachgespräch vom 13. November 2009). Wichtig für die Führungskräfte und die Aufsichtspersonen in den Maquiladoras ist nach dieser Aussage einzig und allein die Quantität und Qualität der Produktion. Die Arbeiterinnen müssen die Leistung, die von ihnen erwartet wird, erbringen. Wie sie sich aber fühlen, wie es ihnen bei der Arbeit geht, interessiert die Führungskräfte meist nicht (vgl. Südwind Fachgespräch vom 13. November 2009).

In Honduras wird beispielsweise auch berichtet, dass Frauen Antibabypillen einnehmen mussten und bei einer Schwangerschaft einfach entlassen wurden. Löhne werden nicht ausbezahlt, wenn Kinder oder andere Familienangehörige bei Krankheit gepflegt werden müssen. Die Frauen arbeiten in extrem heißen und schlecht durchlüfteten Räumen, die Krankheiten wie Asthma, Bronchitis, Ohnmachtsanfälle oder Atembeschwerden hervorrufen können. Alpträume, Schlaflosigkeit und ähnliche psychische Probleme können als Konsequenzen der schlechten Arbeitsbedingungen in den Maquiladoras auftreten (vgl. Armbruster-Sandoval 2003: 557f, Pearson/Seyfang 2002: 46f). In den meisten Maquiladoras gibt es außerdem keine sichere und saubere Pausenhalle, in der sich die Frauen aufhalten und essen können (vgl. Pearson/Seyfang 2002: 48).

Die Arbeiterinnen organisieren sich kaum in Gewerkschaften, da sie eine Kündigung als Folge befürchten. Zwar weist Honduras im Vergleich zu den anderen mittelamerikanischen Staaten einen recht hohen gewerkschaftlichen Organisationsgrad auf. Dies geht auf die Arbeitsrechtsbewegungen im Agrarsektor Ende der 1960er Jahre zurück. Mit der neoliberalen Wirtschaftspolitik der Strukturanpassungsprogramme nahm der gewerkschaftliche Organisations-

grad jedoch auch in Honduras ab (vgl. Armbruster-Sandoval 2003: 559). Die ständige Kapitalflucht der Unternehmen durch Verlagerung in andere Produktionsländer, Kündigungen infolge von Gewerkschaftszugehörigkeit und die ohnehin sehr hohe Arbeitslosigkeit, erschweren die gewerkschaftliche Organisation (vgl. Armbruster-Sandoval 2003: 558f, Quinteros 2007: 4). Durch die langen Arbeitszeiten berichten einige Frauen auch von physischer Überanstrengung des Körpers und davon, wenig Zeit für politische Aktivitäten und Freizeitaktivitäten zu haben bzw. nicht einmal Aufgaben des Haushalts erledigen zu können (vgl. Quinteros 2007: 5). Hinzu kommt die Respektlosigkeit und Würdelosigkeit, mit der sich die Arbeiterinnen oftmals behandelt fühlen (vgl. Quinteros 2007: 5).

Ist es besser, für einen geringen Lohn zu arbeiten, als arbeitslos zu sein? Kann der Maquiladora-Lohn die Existenz sichern?

Nach einer Studie von Ver Beek aus dem Jahr 2001 verdienen die Maquiladora-ArbeiterInnen in Honduras um 50% mehr als im Mindestlohn vorgeschrieben. Die Löhne in den Maquiladoras allgemein sind nach dieser Studie höher als die Entlohnung bei anderen vergleichbaren Arbeitstätigkeiten. Fraglich ist nur, ob mit diesem Mindestlohn auch die Grundbedürfnisse der Frauen und Familien gedeckt werden können (vgl. Pearson/Seyfang 2002: 45f, Ver Beek 2001: 1565f). Ver Beek spricht die Problematik an, die sich beim Vergleich von Löhnen und Mindestlöhnen in den Maquiladoras ergibt: Löhne werden oftmals zu Standards der Industrieländer in Beziehung gesetzt, aber nicht innerhalb der Länder mit anderen Berufssparten verglichen, was aber einen objektiveren Vergleich bieten könnte. So könnten die Löhne, die Kaufkraft und die Attraktivität von Arbeitstätigkeiten innerhalb eines Landes besser verglichen werden (vgl. Ver Beek 2001: 1554). In einer Studie aus Honduras Ende der 1990er Jahre findet Ver Beek heraus, dass ArbeiterInnen in Maquiladoras zwar mehr verdienen als ArbeiterInnen in anderen Bereichen. Nichtsdestotrotz ist dieser Maquiladora-Lohn nach der Zentralbank von Honduras nicht ausreichend, um die Kosten einer Familie für Essen, Wohnen, Gesundheit, Bildung und Kleidung zu decken (vgl. Ver Beek 2001: 1558). Dieses Argument bestätigt auch eine ehemalige Maquiladora-Arbeiterin aus Honduras, die von 183 US-Dollar Mindestlohn in Honduras spricht, wobei aber 400 US-Dollar notwendig wären, um den Warenkorb zu decken (vgl. Südwind Fachgespräch vom 13. November 2009). Frauen fühlen sich durch die geringe Bezahlung ihrer Arbeitsleistung in den Maquiladoras ungerecht behandelt: Die Leistung, die sie erbringen, steht ihrer Meinung nach nicht in einer ausgeglichenen Relation zum Lohn, den sie dafür erhalten (vgl. Quinteros 2007: 5).

Nach Ver Beek kann keine klare Abgrenzung erfolgen, ob Maquiladora-Jobs in Honduras nun eine bessere oder schlechtere Alternative zu anderen möglichen Arbeitsplätzen darstellen. Auch die gesundheitlichen Umstände und Risiken, denen die ArbeiterInnen in den Maquiladoras ausgeliefert sind, erregen Besorgnis. Bei den gesundheitlichen Risiken kann es sich beispielsweise um Atemwegserkrankungen, Infektionen etc. handeln (vgl. Ver Beek 2001: 1565f).

GlobalisierungsbefürworterInnen sehen in den schlechten Arbeitsbedingungen in den Freien Exportzonen Übergangsbedingungen, die sich über längere Zeit hinweg in positive Effekte für die jeweiligen Länder, in denen sich solche Sonderzonen befinden, entwickeln sollen. Die Globalisierung unterstützt nach dieser Sichtweise diese Länder und integriert sie durch Produktion mit billigen Arbeitskräften in den internationalen Wettbewerb. Für die ArbeiterInnen dieser Länder hat nach den BefürworterInnen die Schaffung bezahlter Arbeitsplätze außerdem eine Armutsverringerung bewirkt. Durch die Beschäftigung in den Produktionsstätten konnten die ArbeiterInnen ihren Lebensstandard heben (vgl. Collins 2007: 406, Montaña Virreira/Milosavljevic 2010: 22, Sargent/Matthews 1999: 224ff, Ver Beek 2001: 1565).

GegnerInnen dieser neoliberalen Weltsicht verurteilen die Globalisierung und die schlechten Bedingungen, unter denen ArbeiterInnen in den Maquiladoras beschäftigt sind. Durch den Konkurrenzkampf zwischen den Produktionsstätten mit den billigsten Arbeitskräften werden die niedrigen Löhne noch weiter nach unten gedrückt, die sozialen Bedürfnisse der ArbeiterInnen ignoriert und jegliche Errungenschaften in Bildungs- oder Gesundheitsbereichen, die ausschlaggebend für demokratisches Zusammenleben sind, wieder untergraben (vgl. Collins 2007: 406).

### **2.3 Gewerkschaften und Frauenorganisationen: Der Kampf um Arbeitsrechte**

In der Karikatur in Abbildung 5 geht es darum, dass sich ein augenscheinlich weiser und angesehenen Mann dafür einsetzt, dass die Rechte *aller* Personen respektiert und berücksichtigt werden. Spricht er von allen Personen, so verwendet er im Spanischen jedoch die männliche grammatikalische Form und verzichtet auf die weibliche Ergänzung, die in weiterer Folge von außen eingeworfen wird. Dies veranschaulicht sehr gut, wie mit Frauen und ihren Rechten auch im Globalen Produktionsnetzwerk in der Bekleidungsindustrie umgegangen wird: Auf sie wird oftmals einfach vergessen bzw. wird nicht explizit auf Frauen eingegangen oder Rücksicht genommen.



**Abbildung 5: Kampf um die Frauenrechte**  
 (übernommen aus Méndez Bickham 2005: 132)

Im folgenden Kapitel sollen die verschiedenen Gruppierungen und Organisationen vorgestellt werden, die sich um die Einhaltung arbeitsrechtlicher Standards kümmern. Charakteristische Ziele und Vorgehensweisen von Gewerkschaften, Frauenorganisationen und transnationalen Organisationen werden vorgestellt. Die Frage „Inwiefern wirken sich die Maßnahmen transnationaler Organisationen auf die Frauen in Ländern des Südens aus?“ wird abschließend diskutiert.

### **2.3.1 „Gewerkschaften sind das Stärkste, was die Schwachen haben.“ (Michael Sommer) Gewerkschaften als traditionelle Form der Organisation**

Gewerkschaften generell haben zum Ziel, sich für die Rechte der ArbeiterInnen einzusetzen und die ArbeiterInnen als große Gruppe zu repräsentieren. Sie sind nach Perle von männlicher Dominanz und klaren Autoritäten gekennzeichnet (vgl. Perle 2004: 20, Prieto/Quinteros 2004: 155).

In Zentralamerika ist der Organisationsgrad in Gewerkschaften in der Bekleidungsindustrie eher gering. Auch der hohe gewerkschaftliche Organisationsgrad in Honduras Ende der 1960er Jahre hat sich in Zeiten der Umstrukturierung und der Strukturanpassungsprogramme deutlich verringert (vgl. Armbruster-Sandoval 2003: 559).

Schwarze Listen dienen dazu, Gewerkschaftsbildung zu verhindern und den Zusammenschluss von arbeitsrechtlichen Organisationen im Keim zu ersticken. Wenn jemand seinen Namen auf der schwarzen Liste findet, hat das meist eine Kündigung zur Folge. Darüber hin-

aus kann eine weitere Anstellung in anderen Maquiladoras erschwert oder verhindert werden (vgl. Perle 2004: 20, Prieto/Quinteros 2004: 151, 155).

Gewerkschaften betonen in ihren Forderungen immer wieder das Recht auf Streik, Organisation und einen Kollektivvertrag (vgl. Pirker 2004: 19). Sie verfügen einerseits über gute internationale und lokale Netzwerke und können diese als Mittel für Information, Mitspracherecht und Kommunikation mit den ArbeitgeberInnen nutzen (vgl. Perle 2007: 21).

Frauenorganisationen sind sich dessen bewusst, dass Gewerkschaften eine wichtige Möglichkeit bieten, um gegen arbeitsrechtliche Verletzungen vorzugehen und sich für die Arbeitsrechte einzusetzen, da gewerkschaftliche Zusammenschlüsse im Gegensatz zu Frauenorganisationen von den Staaten offiziell anerkannt werden. Kritik gibt es von den Frauenorganisationen an der Organisation der Gewerkschaften und an den Methoden, mit denen gearbeitet wird: Frauenthemen wie beispielsweise häusliche Gewalt oder sexueller Missbrauch werden von den männerdominierten Gewerkschaften kaum angesprochen (vgl. Méndez Bickham 2002: 128f, Prieto/Hadjipateras/Turner 2002: 150). Frauenorganisationen sehen außerdem von Streiks eher ab und halten sie für kein effizientes Mittel gegen Arbeitsrechtsverletzungen (vgl. Pirker 2004: 19).

### **2.3.2 Frauenorganisationen: Eine alternative Organisationsform**

Gewerkschaften sind oftmals von Männern dominiert und beziehen sich ausschließlich auf die Arbeitsrechte in den Fabriken. In letzter Zeit entwickeln sich neben den Gewerkschaften Gemeinschaftsvereine oder Gemeinschaftsvereinigungen, die vorwiegend von Frauen geleitet werden und deren Zielpublikum Frauen sind. Besonders in Zentralamerika werden in den letzten Jahren solche Frauenorganisationen extrem wichtig.

Die Vereine werden von Frauen getragen und sind auf die Probleme und Bedürfnisse von Frauen ausgerichtet. Das Wichtige daran ist, dass diese Gemeinschaften sich – im Gegensatz zu Gewerkschaften – nicht an bestimmte Maquiladoras oder Unternehmen binden. Somit können Frauen an den Organisationen auch beispielsweise trotz einer Kündigung teilnehmen (vgl. Pirker 2004: 19).

In der Arbeit der Frauenorganisationen geht es nicht nur um das reine Arbeitsumfeld und die Rechte und Bedingungen, die damit in Verbindung stehen. Die Bedürfnisse der Frauen werden in einen erweiterten Kontext gestellt und in Bezug auf Ethnie, Nationalität, Geschlecht etc. behandelt. Konkret geht es um Frauenthemen wie Gesundheit, Geburtenregelung, Arbeitsbedingungen und Löhne. Auch auf die Herausforderungen der doppelten Arbeitsbelas-

tung bzw. der doppelten Vergesellschaftung der Frauen einerseits in der produktiven Tätigkeit (beispielsweise in der Maquiladora) und andererseits bei reproduktiven Aufgaben im Haushalt (bei der Versorgungsarbeit) wird eingegangen. Durch Austausch, Seminare und Workshops sollen Frauen Hilfestellungen für den Alltag geboten werden. Besonders wichtig ist den Frauenorganisationen außerdem eine vertrauensvolle Basis für Gespräche und für die Entwicklung von Beziehungen zwischen den Frauen. Dieses Vertrauen wird durch die Schaffung von Räumen zum Wohlfühlen sowohl im psychischen als auch im physischen Sinne angestrebt (vgl. Collins 2007: 405, Méndez Bickham 2002: 129, Perle 2007: 20, Prieto/Hadjipateras/Turner 2002: 147f, Prieto/Quinteros 2004: 152). Um den Bedürfnissen der vorwiegend weiblichen ArbeiterInnenschaft in den Maquiladoras gerecht werden zu können, ist die Berücksichtigung weiblicher Probleme unerlässlich. Damit Frauen überhaupt einmal die Chance nutzen, sich für ihre Rechte einzusetzen, müssen sie das Gefühl haben, mit ihren Problemen und Sorgen gehört zu werden, und dürfen nicht, wie oftmals in Gewerkschaften der Fall, auf Ablehnung stoßen (vgl. Prieto/Quinteros 2004: 154, Prieto/Hadjipateras/Turner 2002: 148).

Bei ihrer Arbeit für die Einhaltung der Rechte der Frauen sind Kommunikation und Information die zentralen Instrumente für die Frauenorganisationen. Dabei spielen Internet, Telefon, Fax und E-Mail im aktuellen Informationszeitalter für den Erfolg der Arbeit der Organisationen eine große Rolle. Um die Öffentlichkeit auf Missstände in den Arbeitsverhältnissen der Frauen in den Maquiladoras aufmerksam zu machen, werden vor allem auf regionaler und nationaler Ebene Verletzungen von Arbeitsrechten publik gemacht. Durch die neuen Kommunikationstechnologien kann die Zusammenarbeit mit anderen Organisationen auf die internationale Ebene ausgedehnt werden (vgl. Méndez Bickham 2002: 130ff, 138).

Die Arbeit der Organisationen ist eine gefährliche Gratwanderung: Üben die Frauen organisatorisch durch Medienarbeit einen zu großen Druck auf die Markenunternehmen der Industrieländer aus oder werden Produkte eines Unternehmens im Norden boykottiert, steigt die Gefahr, dass die Produktion an einen anderen Ort verlagert und die Fabrik geschlossen wird. Für Frauen bedeutet dies den Verlust ihres Arbeitsplatzes (vgl. Méndez Bickham 2002: 132ff, Prieto/Hadjipateras/Turner 2002: 156).

Die Ambivalenz, die die von Arbeitsrechtsverletzungen betroffenen Frauen gegenüber ihrem Arbeitsplatz empfinden, lässt sich durch ein Zitat einer Arbeiterin besonders gut beschreiben: „*I want my job and value it, because even though it tears me apart and exploits me, with my job I am able to feed my kids*“ (zitiert nach Méndez Bickham 2002: 132). Diese Argumentation einer Frau zeigt auf, dass Frauenorganisationen mit Lobbying und medialem Aufsehen in Bezug auf einzelne Unternehmen sehr vorsichtig sein müssen.

Nur die Kooperation der Frauenorganisationen in den einzelnen Ländern erlaubt, dass man trotz angeblicher Konkurrenz nicht gegeneinander ausgespielt wird. Unterschiedliche Erfahrungen können ausgetauscht werden und die Organisationen können als größere Interessengruppe auftreten. Politische und soziale Bewegungen sind immer mehr von einer Internationalisierung gekennzeichnet (vgl. Méndez Bickham 2002: 121–127). Durch die Globalisierung werden Verbindungen zwischen lokalen Organisationen (zum Beispiel Frauenorganisationen) und globalen Organisationen (wie transnationale Organisationen, die verschiedene Interessengruppen wie KonsumentInnen, NGOs, Unternehmen etc. vereinen) hergestellt (vgl. Traub-Werner/Cravey 2002: 398).

In Kooperation wird beispielsweise Kampagnenarbeit geleistet, bei der versucht wird, mit gemeinsamen Aktionen in einem zeitlich begrenzten Rahmen das Verhalten von Unternehmen oder Zulieferbetrieben zu verändern (vgl. Stückelberger 2001: 105). Neben Kampagnen (wie beispielsweise „Employment yes, but with dignity“ von MEC), Mediation und Lobbying-Arbeit werden auch wissenschaftliche Untersuchungen über die Arbeitsbedingungen der Frauen in den Maquiladoras durchgeführt. 1996 wurde das Netzwerk RED (Central American Women`s Network in Solidarity with Maquila Workers) von Frauenorganisationen aus El Salvador, Nicaragua, Guatemala und Honduras gegründet. In finanzieller Hinsicht sind die Frauenorganisationen in diesem Netzwerk abhängig von NGOs aus Kanada und Europa (vgl. Méndez Bickham 2005: 5, Méndez Bickham 2002: 121–127, Perle 2007: 21, Prieto/Hadjipateras/Turner 2002: 149). Die Frauenorganisationen werden von den Gewerkschaften oft als ineffizient, instabil und von externer Finanzierung abhängig kritisiert. Aber auch Frauen bzw. Frauenorganisationen haben, wie zuvor erläutert, ein ambivalentes Verhältnis zu Gewerkschaften (vgl. Prieto/Quinteros 2004: 154).

Zwischen den NGOs der Industrieländer, wie beispielsweise Kanada, den USA und Europa, die die Frauenorganisationen finanziell unterstützen, und den Frauenorganisationen des Südens selbst besteht die Übereinkunft, dass Boykotts von KonsumentInnen auf keinen Fall die Lösung für arbeitsrechtliche Verletzungen in den Maquiladoras darstellen, da sie lediglich Fabrikschließungen mit Verlagerung der Produktion an einen anderen Standort zur Folge haben (vgl. Méndez Bickham 2002: 136). Unter Boykott versteht man den punktuellen privaten Konsumstopp, von Einzelpersonen durchgeführt, mit dem Ziel, Unternehmen auf ihr Fehlverhalten aufmerksam zu machen. Eine Veränderung im wirtschaftlichen Verhalten und Agieren der betroffenen Firmen soll erreicht werden (vgl. Stückelberger 2001: 107). Zielführender sind Kooperationen, Kompromisse und Informationsarbeit zwischen den einzelnen beteiligten AkteurInnen, um die Arbeitsplätze in den Maquiladoras erhalten, Arbeit in Würde bereitstel-

len und so einen Beitrag zum Lebensunterhalt der Frauen und ihrer Kinder leisten zu können (vgl. Méndez Bickham 2002: 136). Wie versuchen das die einzelnen Organisationen konkret?

### **Colectiva de Mujeres Hondureñas (CODEMUH)**

Ein Beispiel für eine Frauenorganisation in Zentralamerika, die sich für Frauen, die in Maquiladoras tätig sind, einsetzt, ist CODEMUH (Colectiva de Mujeres Hondureñas) in Honduras. CODEMUH ist ein Mitglied der Monitoring-Organisation EMIH (vgl. Prieto/Hadjipateras/Turner 2002: 149). Die unabhängige Organisation kümmert sich um Frauen und ihre Bedürfnisse bei Themen wie Arbeitsrechte, Gesundheit der Frauen und Gesundheitsvorsorge, Stärkung der Frauenrechte in öffentlichen und privaten Räumen und Kampf gegen Gewalt an Frauen (vgl. Homepage von CODEMUH). Vertrauensfrauen der Organisation besuchen die Arbeiterinnen zu Hause. Dadurch verringert sich für die Arbeiterinnen die Gefahr, auf den schwarzen Listen zu landen, die oft zu einer Kündigung aufgrund Gewerkschaftszugehörigkeit führen (vgl. Perle 2007: 20).

### **Asociación de Servicios de Promoción Laboral (ASEPROLA)**

Eine weitere einflussreiche Organisation im Bereich der ArbeiterInnenrechte stellt die Gruppe ASEPROLA (Asociación de Servicios de Promoción Laboral) in Costa Rica dar (vgl. Perle 2007: 21). Die Organisation ist keine typische Frauenorganisation. Die Führungsebene ist männlich dominiert und sie setzt sich nicht ausschließlich für Frauenrechte ein, sondern allgemein für ArbeiterInnenrechte. Die führenden Personen und Entscheidungsträger von ASEPROLA sind zwei Männer, die Arbeit im Team von ASEPROLA wird aber heute von vier Männern und drei Frauen übernommen. Sowohl Sitz als auch Ursprung liegen in Costa Rica, jedoch hat ASEPROLA sein Arbeitsfeld bereits auf Zentralamerika ausgeweitet. Die Organisation kümmert sich vorrangig um die überwiegend weiblichen Arbeiterinnen in der Maquiladora-Industrie und um ArbeiterInnen im Agrarsektor. Sie forscht zu den Arbeitsbedingungen, leistet Aufklärungs- und Weiterbildungsarbeit für Gewerkschaften und ArbeiterInnenorganisationen, organisiert Kampagnen und kümmert sich um Vernetzung (vgl. Prieto/Hadjipateras/Turner 2002: 149, E-Mail-Kontakt mit Ex-Mitarbeiterin Nela Perle und Mitarbeiterin Ariane Grau von ASEPROLA, Homepage von ASEPROLA).

### **María Elena Cuadra (MEC)**

Die Frauenorganisation Women Workers` and Unemployed Women`s Movement, María Elena Cuadra (MEC) aus Nicaragua wurde 1993 gegründet und gilt als Good Practice-Beispiel

für außergewerkschaftliche Zusammenschlüsse. Besonderes Augenmerk wird in der Arbeit des Vereins den Frauen geschenkt. MEC ist Teil der zentralamerikanischen Frauenorganisation RED und wurde als Folge der Abspaltung einer Frauengruppe von der sandinistischen Gewerkschaft gegründet (vgl. Méndez Bickham 2005: 5, Perle 2007: 20f). Die Arbeitsbereiche der Organisation richten sich sowohl an arbeitslose als auch an beschäftigte Frauen. Einerseits ist MEC eine soziale Bewegung, die sich im nationalen und globalen politischen Diskurs engagiert, andererseits ist sie auch eine Frauenorganisation, die sich darum kümmert, wie negative Effekte auf Frauen durch die Globalisierung verhindert werden können. Als dritter Aufgabenbereich wird die Arbeit mit den Frauen angesehen. Geboten werden ihnen Beratungen zu ihren Arbeitsrechten, Fortbildungskurse, psychologische Betreuung und Workshops über Themen wie häusliche Gewalt, Gesundheit, Geschlechterrollen und zur Stärkung des Selbstbewusstseins (vgl. Hale/Wills 2007: 460f, Méndez Bickham 2005: 59, 77, Pirker 2004: 19). Die Aufklärungsarbeit für andere Frauen über ihre Arbeitsrechte in den Fabriken übernehmen so genannte freiwillige „promotoras“, oder auch MEC-Vertrauensfrauen, die selbst Arbeiterinnen in Maquiladoras sind oder waren und von MEC für diese Position ausgebildet werden. Außerhalb der Betriebe gibt es auch noch so genannte Koordinatorinnen, oder Hauptverantwortliche, die als Ansprechpartnerinnen fungieren (vgl. Köpke 2003: 37, Méndez Bickham 2005: 39). Durch die Entwicklung eines Ethikkodex (siehe Kapitel 2.4.3) hat die Frauenorganisation MEC einen besonderen Bekanntheitsgrad unter den zentralamerikanischen Frauenorganisationen erreicht.

Wie können Frauenorganisationen in einen größeren Kontext sozialer Organisationen eingeordnet werden? Sind Frauenorganisationen eher als Advocacy-NGOs anzusehen, die soziale Interessenvertretung wahrnehmen, oder sind sie eher lokalen Basisorganisationen zuzuordnen, deren Mitgliedschaft über gleiche Ansichten, Werte, Bewusstsein und Identitäten konstituiert wird? Im Grunde genommen sind sie beides: Als soziale Interessenvertretung (Advocacy-NGO) bemüht sich MEC darum, die Rechte der Frauen zu verteidigen und nationale Standards mitzubestimmen. Als lokale Basisorganisation organisiert MEC Rechtsberatungen, Konfliktmediation und Fortbildungen mit speziellem Schwerpunkt auf Frauenthemen. Am besten lassen sich solche Frauenorganisationen wie MEC als eine der sozialen Bewegungen, die Teil des weltweiten Anti-Ausbeutungsnetzwerks sind, charakterisieren (vgl. Köpke 2003: 35f, Méndez Bickham 2005: 64ff). MEC und andere Frauenorganisationen grenzen sich klar von Gewerkschaften und deren Forderungen, wie zum Beispiel dem Streikrecht, ab. Denn

während bei Gewerkschaften arbeitsrechtliche Themen im Vordergrund stehen, konzentrieren sich Frauenorganisationen auch auf alltägliche Probleme und Fragen von Frauen.

Die Frauenorganisationen vertreten den Standpunkt, dass jede einzelne Frau in dieser lokalen Organisation an der Arbeit und am Fortschritt der Lebensqualität der Frauen des Landes beteiligt ist und ihren Beitrag zur Verbesserung der Lebensbedingungen leisten kann. Nicht nur die Hauptverantwortlichen der Frauenorganisationen sollen Einfluss auf die Strukturen eines Landes ausüben (vgl. Köpke 2003: 39).

Frauenorganisationen tragen Probleme im arbeitsrechtlichen Umfeld über den Kontext der Frau an die Öffentlichkeit, zu den ArbeitgeberInnen oder zum Gesetzgeber. Sie stellen ihre Anliegen in einen Zusammenhang mit den Frauen. Gewerkschaften machen arbeitsrechtliche Probleme über den Kontext der Arbeit publik. In der Politik bzw. in der Öffentlichkeit werden Themen im Arbeitskontext (derzeit noch) mehr Aufmerksamkeit als Frauenthemen geschenkt (vgl. Perle 2007: 21).

Nach Pirker kümmern sich Frauenorganisationen auch stärker als die Gewerkschaften um die Individualität der Arbeiterinnen. Nicht nur die Interessen der Arbeiterinnengruppe insgesamt sind wichtig, sondern auch die unterschiedlichen Bedürfnisse von Alleinerzieherinnen oder von Frauen ohne Kinder werden berücksichtigt. Durch diese Individualisierung der Interessen der Arbeiterinnengruppe oder „*Partikularisierung*“, wie Pirker (2004: 19) es nennt, kann es schwierig werden, die Gesellschaft radikal zu verändern (vgl. Pirker 2004: 19).

### **2.3.3 Die Länder des Nordens zeigen Solidarität: Die Bedeutung transnationaler Organisationen**

Durch die zunehmende mediale Berichterstattung über Arbeitsrechtsverletzungen in der Bekleidungsindustrie in den letzten Jahren übernehmen auch Organisationen der Industrieländer vermehrt Verantwortung. Sie unterstützen ArbeiterInnen in der Bekleidungsindustrie vorwiegend über mediale Kampagnen in ihrem Kampf für verbesserte Arbeitsbedingungen. Als Beispiele für solche Organisationen in der Bekleidungsindustrie können die Clean Clothes Campaign, die United Students Against Sweatshops und das Maquila Solidarity Network genannt werden (vgl. Collins 2007: 405).

CCC, MSN und USAS legen bei ihren Maßnahmen besonderen Wert darauf, die weiblichen Arbeiterinnen zu unterstützen und Strukturen zu schaffen, die Frauen mehr Machtpotential zugestehen. Die Organisationen in den Industrieländern bilden den Ausgangspunkt für transnationale Netzwerke verschiedener Organisationen (vgl. Hale/Wills 2007: 456). Wie arbeiten diese Solidaritätsorganisationen in den Ländern des Nordens?

### **Clean Clothes Campaign (CCC)**

Die Clean Clothes Campaign (CCC) mit Sitz in den Niederlanden ist ein transnationales Netzwerk aus Gewerkschaften, NGOs, Menschenrechtsorganisationen, Weltläden, kirchlichen Organisationen, Frauengruppen und WissenschaftlerInnen, die sich für Verbesserungen der Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie einsetzen. CCC fordert, dass Markenunternehmen und HändlerInnen für die Arbeitsbedingungen, unter denen ihre Bekleidungsstücke hergestellt werden, Verantwortung übernehmen (vgl. Ascoly/Zeldenrust 2002: 172f, Hale/Wills 2007: 454, Wick 2003: 27). Wichtigstes Instrument der Clean Clothes Campaign sind die „Urgent Actions“. Im Rahmen dieser Art von Kampagnenarbeit werden KonsumentInnen in den Industrieländern aufgerufen, direkt Kontakt mit den ArbeitgeberInnen, HändlerInnen und GesetzgeberInnen aufzunehmen, wenn es zu Arbeitsrechtsverletzungen in Zulieferbetrieben im Süden kommt. Die kurzfristige, gezielte Einmischung soll die lokale Organisation, die die Einhaltung der Arbeitsrechte fordert, unterstützen und den ArbeiterInnen so mehr Verhandlungsmacht verleihen (vgl. Hale/Wills 2007: 464, Köpke 2003: 35, Stückelberger 2001: 105). Neben diesem Mittel der „Urgent Actions“ setzt CCC aber auch noch auf eine Vielzahl anderer Maßnahmen, die zur Verbesserung der arbeitsrechtlichen Lage führen sollen: Darunter fallen beispielsweise Initiativen zur Schaffung eines kritischen KonsumentInnenbewusstseins und verschiedene Vernetzungsarbeiten der Solidaritätsorganisationen in den Industrieländern mit Organisationen der Entwicklungsländer (vgl. Wick 2003: 81).

### **Maquila Solidarity Network (MSN)**

Das Maquila Solidarity Network (MSN), eine transnationale Organisation aus Kanada, ist eine Menschen- und Frauenrechtsorganisation, die sich um Arbeiterinnen im Globalen Produktionsnetzwerk kümmert und sie bei ihrem Bemühen um bessere Arbeitsbedingungen, höhere Löhne und einen verbesserten Lebensstandard unterstützt. Die Organisation arbeitet seit 1994 mit Frauen aus Zentralamerika, Asien und Mexiko zusammen und macht Zulieferbetriebe, Einzelhändler und Markenunternehmen für die Arbeitsbedingungen bei der Produktion ihrer Produkte verantwortlich. Maquila Solidarity Network geht es besonders darum, die zivilen Organisationen im Süden und Norden zu stärken und Netzwerke zwischen ihnen zu unterstützen. So sollen Gemeinschaften gefestigt werden und menschenwürdige Arbeitsplätze mit fairen Löhnen geschaffen werden (vgl. Connor 2007: 142, Homepage Maquila Solidarity Network).

## **United Students Against Sweatshops (USAS)**

United Students Against Sweatshops (USAS) ist eine 1997 von Studierenden gegründete Graswurzelorganisation, die sich für verbesserte Arbeitsbedingungen vor allem in der Bekleidungsindustrie einsetzt (vgl. Homepage United Students Against Sweatshops). Die Organisation entwickelte sich aus der Idee einiger StudentInnen, sich gegen Werbung, Konsumzwang und Vermarktung von Sportartikeln durch große Markenunternehmen auf Universitäten zu wehren und sich mit den ArbeiterInnen, die diese Produkte erzeugen, zu solidarisieren (vgl. Krupat 2002: 115). Um die Einhaltung der Arbeitsrechte im Rahmen der Organisation kümmert sich das Worker Rights Consortium (WRC) (vgl. Köpke/Röhr 2003: 77). Diese Organisation stellt jedoch keine Zertifikate für die Einhaltung von Verhaltenskodizes aus, sondern mahnt Marken, die an US-amerikanische Universitäten Merchandising-Produkte liefern, die vorgeschriebenen Arbeitsrechte zu respektieren. Werden die WRC Standards nicht eingehalten, droht der Entzug der Lizenzen für die Universitätsprodukte. Außerdem werden von WRC auch Demonstrationen und Vorträge organisiert (vgl. Wick 2003: 56f, 81, 87f).

## **2.4 Verhaltenskodizes: Eine/Die Lösung für Arbeitsrechtsverletzungen?**

Unter Verhaltenskodizes oder Codes of Conduct werden „*Verhaltensregeln, ethische Grund- oder Leitsätze wie auch Verfahrensrichtlinien, in denen Qualitätsstandards, Sozialstandards und Umweltstandards festgelegt sind, verstanden. Im Gegensatz zu gesetzlichen Verpflichtungen [...] sind Codes of Conduct freiwillige Instrumente*“ (Köpke/Röhr 2003: 11). Sie können von verschiedenen Institutionen wie Unternehmen, Staaten, NGOs, Kirchen oder auch Einzelpersonen aufgestellt werden (vgl. Stückelberger 2001: 91). In den Verhaltenskodizes werden bestimmte Standards und Richtlinien festgesetzt, die in der Produktion eingehalten werden sollen. Die komplexe globale Produktion soll mit den Verhaltenskodizes reguliert werden (vgl. Köpke/Röhr 2003: 10f).

In diesem Kapitel werden einige Verhaltenskodizes vorgestellt, die von unterschiedlichen Interessengruppen als Mittel zur Einhaltung von Standards für die Produktion eingesetzt werden. Darüber hinaus werden auch die den Kodizes zugrunde liegenden Arbeitsrechte der ILO erläutert. Besonderes Augenmerk wird auf eine Auseinandersetzung mit der Gendersensibilität in Verhaltenskodizes gelegt. Wie läuft das Monitoring zur Kontrolle der Verhaltenskodizes ab? Welche Interessengruppen betreiben Monitoring? Sind Verhaltenskodizes ein geeignetes Mittel zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsproduktion? Diese wichtigen Fragen bilden den Abschluss des Kapitels.

### 2.4.1 Verhaltenskodizes als Folge der Globalisierung

Verhaltenskodizes wurden zu Beginn der 1990er Jahre als Instrument eingeführt, um arbeitsrechtliche Belange in globalen Produktionsnetzwerken anzusprechen und überprüfen zu können. Nachdem erstmals Verletzungen der Arbeitsrechte medial bekannt wurden, forderte auch die Öffentlichkeit eine Überprüfung der Arbeitsbedingungen. Als erstes Unternehmen führte Levy Strauss 1993 Verhaltenskodizes ein, mit denen die Unternehmensverantwortung (Corporate Responsibility) organisiert werden sollte (vgl. King DeJardin 2008: 10, Pearson 2007: 732f). Über Verhaltenskodizes werden Themenbereiche wie Arbeitsrechte, Menschenrechte, das Problem der Kinderarbeit etc. unternehmensintern geregelt (vgl. Jenkins 2002: 14f). Standards an Verhaltensregeln geben den VerbraucherInnen und KonsumentInnen Informationen über Gesundheits- und Sicherheitsbestimmungen eines Produktes sowie Informationen über den Produktionsprozess. Verhaltenskodizes gibt es für einzelne Unternehmen oder für eine ganze Unternehmensbranche. Auch auf einer globalen Ebene werden allgemeine internationale Standards zu Produkthanforderungen, Sicherheitsbestimmungen und soziale, ethische und umweltbezogene Bestimmungen festgesetzt (vgl. Nadvi 2008: 325f).

In den globalen Produktionsnetzwerken sind heute sehr viele AkteurInnen mit sehr unterschiedlichen Interessen vertreten, die über Verhaltenskodizes geregelt werden sollen. Von verschiedenen Gruppen werden daher laufend Kodizes mit unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen entworfen und an die Öffentlichkeit gebracht. Rein quantitativ betrachtet waren 2003 die meisten Kodizes von privaten Unternehmen, gefolgt von Industrie- und Handelsorganisationen. An dritter Stelle lagen die Kodizes von VertreterInnen von ArbeiterInnen wie Gewerkschaften und NGOs (vgl. Wick 2003: 22f). Private Unternehmen, die sich explizit Verhaltensregeln im Sinne einer unternehmerischen sozialen Verantwortung geben, sehen dies unter anderem als eine Marketingstrategie, um KonsumentInnen von einem ethisch korrekten Wirtschaften zu überzeugen. Mit den Verhaltenskodizes wollen Unternehmen das Risiko der Verletzung von Standards innerhalb des Globalen Produktionsnetzwerks vermindern und mit einer ethischen Vermarktung des Unternehmens am Markt wettbewerbsfähig sein (vgl. Barrientos 2002: 73). Häufig betreffen die explizit angeführten Verhaltensregeln, an die zu halten sich die Unternehmen verpflichten, jedoch nur bereits rechtlich vorgegebene soziale Standards. Demgegenüber wollen Gewerkschaften und andere Organisationen, denen es um die Rechte der ArbeitnehmerInnen geht, mit Verhaltenskodizes Strukturen schaffen, die ArbeiterInnen mehr Macht einräumen und ihren Lebensstandard und ihren Lebensunterhalt sichern sollen (vgl. Barrientos/Smith 2007: 714, 724). Wichtig ist vor allem die Koordination

zwischen verschiedenen Interessengruppen sowie die transnationale Abstimmung im Hinblick auf die Standards, die in Verhaltenskodizes zumindest angesprochen sein sollten, da einzelne Staaten gegenüber transnationalen Unternehmen, so genannten global players, immer mehr an Macht verlieren (vgl. Barrientos/Smith 2007: 714, 725).

Zu berücksichtigen ist auch, dass die Nichtbeachtung von nationalen Gesetzen sanktioniert werden kann, während Unternehmen, die sich nicht an die ihnen selbst auferlegten Verhaltenskodizes halten, nur schwer zur Verantwortung zu ziehen sind (vgl. Prieto-Carrón 2008: 5, Prieto/Quinteros 2004: 150, Quinteros 2007: 12f).

#### **2.4.2 Beispiele für Verhaltenskodizes bei Markenzertifizierungen**

Eine besondere Schwierigkeit bei der Erstellung von Verhaltenskodizes liegt darin, zu bestimmen, welche Standards als Vergleichswerte herangezogen werden:

Einerseits können die Arbeitsbedingungen in den Maquiladoras mit jenen in den anderen lokalen Unternehmen in Mittelamerika verglichen werden. Andererseits kann auch auf Standards und Arbeitsbedingungen, die in den Ländern der Hauptsitze der Markenunternehmen gelten, Bezug genommen werden. Eine dritte Möglichkeit wäre, die Arbeitsbedingungen dem freien Markt zu überlassen und keine expliziten Vorgaben und Verhaltensregeln zu machen.

Jede dieser Vorgehensweisen hat Vor- aber auch Nachteile: Vielfach fehlen ethische Standards in den allgemeinen Arbeitsrechten in den Entwicklungsländern. Vergleichsvariante 1 impliziert jedoch, dass die Praktiken der Unternehmen in diesen Ländern als richtig bzw. akzeptabel angesehen werden. Richtet man sich nach US-amerikanischen Arbeitsstandards, so besteht die Gefahr des „Neokolonialismus“, da den im Norden entwickelten Regelungen allein der Anspruch auf Richtigkeit beigemessen wird. Wird es dem freien Spiel der Marktkraft zwischen Unternehmen überlassen, welche Verhaltenskodizes sich im Wettbewerb durchsetzen, so wird damit spekuliert, dass sich rein aus unternehmerischem Wettbewerb und dem gesellschaftlichen Druck sinnvolle soziale Standards entwickeln (vgl. Sargent/Matthews 1999: 215). Da in unterschiedlichen Ländern und in unterschiedlichen Branchen verschiedene Arbeitsrechte und Arbeitsbedingungen herrschen, wird der Ruf nach internationalen, globalen Standards, an die sich alle im Globalen Produktionsnetzwerk beteiligten Unternehmen halten müssen, immer lauter (vgl. Nadvi 2008: 325).

Die ILO legte in einer Konvention 1998 folgende sechs prinzipielle Grundarbeitsrechte (Kernarbeitsnormen) fest, die auch in die Verhaltenskodizes Eingang finden sollen:

- Freiheit zur Gewerkschafts- und Organisationsbildung
- Recht auf Kollektivvertrag
- Verbot von Zwangsarbeit
- Verbot von Kinderarbeit
- Verbot von Diskriminierung am Arbeitsplatz und schließlich
- gleicher Lohn für gleiche Leistung (vgl. Jenkins 2002: 19, Köpke/Röhr 2003: 36f).

Diese Konvention richtet sich an Nationalstaaten. Mit ihrer Unterschrift sollen diese den Grundlagen zustimmen und basierend auf diesen Grundlagen zwischen verschiedenen Akteu- rInnen vermitteln (vgl. Jenkins 2002: 19, Murray 2002: 31f, 40f).

Hervorzuheben ist in den ILO-Arbeitsrechten außerdem die Berücksichtigung von Lohndis- kriminierung (vor allem jener zwischen Männern und Frauen) mit der Forderung nach glei- chen Löhnen für gleiche Leistung (vgl. Perman et al. 2004: 12).

Verhaltenskodizes, wie sie typischerweise von Gewerkschaften und NGOs gefordert werden, beinhalten im Allgemeinen mindestens diese von der ILO festgeschriebenen Arbeitsrechte. Vor allem NGOs inkludieren in ihren Forderungen auch Bereiche, die speziell Frauen betref- fen (wie beispielsweise arbeitsrechtliche Regelungen zur Schwangerschaft) (vgl. Pear- son/Seyfang 2002: 51).

Als so genannte Multistakeholder-Initiativen werden Initiativen bezeichnet, die verschiedene Interessengruppen wie zum Beispiel Unternehmen, NGOs, KonsumentInnen zusammenbrin- gen und Standards von Arbeitsrechten formulieren und umsetzen (vgl. Hale/Wills 2007: 466). Multistakeholder-Initiativen, die im Regelfall von den Industrieländern ausgehen, sind welt- weit für verbesserte Arbeitsbedingungen und Kontrollen der Arbeitsrechte zuständig. Die Multistakeholder-Initiativen Fair Wear Foundation (FWF), Fair Labor Association (FLA), Ethical Trading Initiative (ETI) und Social Accountability International (SAI) werden nach- folgend vorgestellt (vgl. Köpke/Röhr 2003: 76, Krämer 2002: 34, Musiolek 2003: 78):

### **Fair Wear Foundation (FWF)**

Die unabhängige Multistakeholder-Initiative Fair Wear Foundation wurde 1999 von der Clean Clothes Campaign gemeinsam mit Unternehmen und GewerkschaftsvertreterInnen initiiert. Anfänglich konzentrierte sie sich auf die Zusammenarbeit mit kleinen und mittleren Unter- nehmen in den Niederlanden. Heute arbeitet die FWF mit Markenunternehmen in Europa so-

wie mit Zulieferbetrieben weltweit für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsproduktion zusammen. Der von der FWF erarbeitete Verhaltenskodex orientiert sich sehr stark an den Kernarbeitsrechten der ILO und verlangt von den Unternehmen eine unabhängige Überprüfung aller einzelnen Produktionsschritte hinsichtlich der Arbeitsrechte. Das Ziel der Multistakeholder-Initiative Fair Wear Foundation ist es, mit den Kontrollen die arbeitsrechtliche Situation bei den Zulieferbetrieben zu verbessern, die Aufträge aber unter keinen Umständen abubrechen. Nach Ansicht der FWF sind für die Einhaltung der Arbeitsrechte und für die finanzielle Aufwendung für die Kontrollen nicht allein die Zulieferbetriebe, sondern auch die Markenunternehmen verantwortlich. Von den Unternehmen, die Mitglieder der Multistakeholder-Initiative FWF sind, werden alle Länder, in denen das Unternehmen operiert, sowie die Zahl der Zulieferbetriebe offengelegt. Unternehmensstrategien und Berichte der ArbeiterInnen werden nicht veröffentlicht (vgl. Musiolek 2003: 78, O'Rourke 2006: 905, Homepage der FWF)

### **Fair Labor Association (FLA)**

Die FLA, 1996 von der Bill Clinton Regierung initiiert, ist eine Stiftung, die für Marken wie Nike, Reebok, Adidas Salomon, Levi Strauss & Co, Liz Claiborne etc. Zertifizierungen ausstellt. Dabei werden bei FLA die Marken selbst und nicht die Zulieferer zertifiziert (vgl. Köpke/Röhr 2003: 76ff, Wick 2003: 69). Die Arbeit der Fair Labor Association konzentriert sich auf Verbesserungen in den Arbeitsbedingungen der Bekleidungs- und Schuhproduktion und der Produktion von Merchandising-Artikel für die US-amerikanischen Universitäten. Neben der FLA ist auch die Multistakeholder-Initiative WRC (siehe Kapitel 2.3.3) für die Einhaltung der Standards bei der Produktion von Merchandising-Artikeln für die US-amerikanischen Universitäten zuständig. Die FLA und die WRC, die die Einhaltung der USAS-Standards kontrolliert, kooperieren in manchen Projekten (vgl. Wick 2003: 61, 69).

Ein Kritikpunkt an der FLA ist, dass keine Gewerkschaften Mitglieder der Stiftung sind und somit die ArbeiterInnen keine eigene Stimme haben. Am Verhaltenskodex der FLA wird außerdem immer wieder kritisch angemerkt, dass er den Mindestlohn berücksichtigt, nicht aber einen Lohn, der die Lebenshaltungskosten deckt. Darüber hinaus werden auch Ausnahmen von einer 60-Stunden-Woche in den Standards toleriert (vgl. Wick 2003: 80ff, 87).

### **Ethical Trading Initiative (ETI)**

Die von der Blair-Regierung unterstützte Initiative ETI hat ihre Ursprünge in Großbritannien. Sie vernetzt NGOs, Unternehmen und Gewerkschaften und setzt sich für Verbesserungen in

der Bekleidungs- und Lebensmittelindustrie ein (vgl. Wick 2003: 43, 69). ETI bedient sich verschiedener Instrumente zur Verbesserung von Arbeitsbedingungen: Mit Hilfe des ETI Base Code, Pilotprogrammen, Ausbildungsprogrammen für ArbeiterInnen, Netzwerkbildung zwischen Nord und Süd und Forschungsarbeiten soll für die Einhaltung von Arbeitsrechten in den Produktionsstätten gekämpft werden. ETI arbeitet wie auch die Clean Clothes Campaign mit lokalen Institutionen und Organisationen in Produktionsländern zusammen (vgl. Wick 2003: 43).

### **Social Accountability International (SAI)**

Die SAI ist eine von US-amerikanischen KonsumentInnen ins Leben gerufene Organisation, deren Arbeitsgebiet die Zertifizierung der Arbeitsbedingungen in Zulieferfabriken ist, ohne Einschränkung auf bestimmte Sektoren (vgl. Wick 2003: 80). Da beim SAI Monitoring Zulieferer geprüft werden und keine Marken, zahlen bei diesem Monitoring die ProduzentInnen die Kosten für die Zertifizierung (vgl. Wick 2003: 86f).

Multistakeholder-Initiativen wie beispielsweise die Social Accountability International entwickeln selbst Verhaltenskodizes, bei denen sie sich an den Kernarbeitsnormen der ILO orientieren (vgl. Wick 2003: 68f). Wollen private Unternehmen dieser Stiftung beitreten und ihr Unternehmen mit dem Zertifikat der SAI auszeichnen, müssen sie ihre Arbeitsbedingungen den Standards des SA 8000, dem Kodex der SAI, anpassen und sich einer Kontrolle unterziehen (vgl. Ascoly/Zeldenrust 2002: 182, Köpke/Röhr: 78). Ziel dieses Verhaltenskodex ist es, weltweit Richtlinien für soziales Wirtschaften zu formulieren, die auf Unternehmen unterschiedlicher Größe und Organisationen mit verschiedenen institutionellen Hintergründen angewandt werden können. Der SA 8000 Verhaltenskodex inkludiert folgende Standards:

- Verbot von Kinderarbeit unter 15 Jahren
- Verbot von Zwangsarbeit
- Notwendige Gesundheits- und Sicherheitsvorkehrungen
- Freiheit sich zu organisieren und Gewerkschaften zu bilden
- Diskriminierungsverbot
- Verbot von Disziplinarstrafen und -maßnahmen
- Gehalt, das zumindest dem Mindestlohn entspricht
- Maximal eine 48h-Woche mit höchstens 12 Überstunden

Vor allem kleine und mittlere Fabriken mit einem geringeren Budget können die Standards relativ schwer überprüfen lassen, da sie die Kosten für die Zertifizierung selbst tragen müssen (vgl. Rohitratana 2002: 60f).

Wie auch bei den arbeitsrechtlichen Bestimmungen der ILO werden bei diesem Standard keine gendersensiblen Bereiche mit eingeschlossen bzw. wird keine Rücksicht auf spezielle Bedürfnisse von Frauen genommen (vgl. Rohitratana 2002: 60f). Die ILO fasst männliche und weibliche ArbeiterInnen zu einer homogenen Gruppe zusammen. Vorwiegend handelt es sich um „männliche“ Arbeitsrechte.

Die Zertifizierung der SA 8000 Standards wird von privaten Organisationen wie beispielsweise Pricewaterhouse Coopers übernommen. Pricewaterhouse Coopers ist eine sehr große private Monitoring-Organisation, die Zulieferbetriebe für Markenunternehmen wie Nike, Walmart, GAP etc. zertifiziert. Am Monitoring des SA 8000 Standards durch beispielsweise Pricewaterhouse Coopers ist zu kritisieren, dass nicht mit ArbeiterInnen zusammengearbeitet und bei ihnen selbst Information über die Arbeitsbedingungen eingeholt wird. Die Zertifizierung erfolgt vorwiegend auf Basis von Gesprächen mit ManagerInnen. Durch die einseitige Analyseperspektive kann die Zertifizierung des SA 8000 Standards die Arbeitsbedingungen verzerrt darstellen. Auch das finanzielle Verhältnis, das private Monitoring-Organisationen mit den zu zertifizierenden Unternehmen eingehen, kann die Unabhängigkeit der SAI einschränken (vgl. Köpke/Röhr 2003: 79f, O'Rourke 2002: 196f, 207, Quinteros 2007: 15, Wick 2003: 36–42, 86f).

### **2.4.3 Gendersensibilität der Standards in Verhaltenskodizes**

Um Frauen faire Arbeitsbedingungen zu ermöglichen und menschenwürdige Arbeitsstrukturen zu schaffen, müssen die Verhaltenskodizes auch genderspezifisch relevante Themen berücksichtigen. Konkret bedeutet dies, dass arbeitsrechtliche Aspekte bzw. Aspekte des Arbeitsumfeldes, die aus der Perspektive von Frauen besonders relevant sind, aufgegriffen werden. Beispiel wären nicht nur Regeln im Hinblick auf Schwangerschaft und Mutterschutz, sondern auch in Bezug auf Einschränkungen beim Toilettengang oder einen unsicheren Transport von zu Hause zum Arbeitsplatz. Männerdominierte Gewerkschaften, die die Sicht der ArbeitnehmerInnen in vielen Situationen vertreten, vernachlässigen derartige Aspekte im Gegensatz zu Frauenorganisationen sehr häufig (vgl. Pearson/Seyfang 2002: 53–56). Die von Frauenorganisationen entwickelten Verhaltenskodizes fordern die oben angesprochenen Aspekte. Mit den Standards unterstützen Frauenorganisationen die nationale Gesetzgebung und

drängen auch auf die Einhaltung der existierenden Arbeitsrechte (vgl. Prieto/Hadjipateras/Turner 2002: 152f).

Ein Problem mit den Verhaltenskodizes besteht darin, dass Frauen in Zentralamerika kaum über sie Bescheid wissen, da sie beispielsweise nicht auf Spanisch übersetzt werden, sondern nur auf Englisch in der Fabrik aufliegen. Die Clean Clothes Campaign fordert deshalb eine Übersetzung der Verhaltenskodizes in die Landessprache und eine Verteilung der Übersetzungen an die Arbeiterinnen. Notwendig ist jedoch nicht nur eine Aufklärung über den Inhalt der Kodizes, sondern auch eine prinzipielle Information über die Frauenrechte sowie deren Erklärung. Frauen selbst stehen Verhaltenskodizes manchmal skeptisch gegenüber. Sie befürchten Konsequenzen, wenn sie sich für die Einhaltung ihrer Rechte einsetzen. Bei diesen Konsequenzen kann es sich um arbeitsrechtliche Verletzungen wie beispielsweise Entlassungen oder Fabrikschließungen handeln (vgl. Ascoly/Zeldenrust 2002: 175, Perle 2004: 14, Prieto/Hadjipateras/Turner 2002: 150f).

Als Good-Practice-Beispiel für die Entwicklung eines gendersensiblen Codes wird immer wieder der Ethikkodex „The Nicaraguan Ethical Code“ der Frauenorganisation MEC genannt, der 1998 vom Minister für Arbeit in Nicaragua unterzeichnet wurde. Diese besonders erfolgreiche Zusammenarbeit von einer Frauenorganisation und dem nicaraguanischen Gesetzgeber veranschaulicht gut die arbeitsrechtlichen Anliegen und die daraus abgeleiteten Arbeitsfelder von Frauenorganisationen. Auch in anderen zentralamerikanischen Ländern wie Guatemala, Honduras und El Salvador wurde der Ethikkodex mittlerweile von FabrikbesitzerInnen unterzeichnet. Um welche wichtigen Frauenthemen geht es also? Gefordert werden in dem ethischen Verhaltenskodex explizit, die Rechte von schwangeren Frauen einzuhalten und einen würdigen Arbeitsplatz ohne physische, psychische oder verbale Gewalt zu bieten. Konkret bedeutet das beispielsweise, dass Frauen während und nach der Schwangerschaft nicht gekündigt werden dürfen. Außerdem wurde von den Frauen, die sich zur Formulierung des Kodex versammelten, angestrebt, eine Verbesserung der unregelmäßigen Arbeitszeiten und der Instabilität des Arbeitsplatzes in dem Kodex zu verankern. Tatsächlich fordert der ethische Kodex von MEC in diesem Bereich, die gesetzlich vorgeschriebenen maximalen Arbeitsstunden pro Woche und die gesetzlich vorgeschriebene Bezahlung von Überstunden zu berücksichtigen (vgl. Hale/Wills 2007: 465, Perle 2004: 14, Prieto/Hadjipateras/Turner 2002: 152f).

#### **2.4.4 „Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser“: Monitoring der Verhaltenskodizes**

Sinnvoll sind Verhaltenskodizes erst ab jenem Moment, ab dem sie nicht mehr nur schriftlich auf einem Papier festgehalten sind, sondern umgesetzt und überprüft werden (vgl. Jenkins 2002: 21f). Es gibt drei verschiedene Arten des Monitorings: (i) Von internem Monitoring wird gesprochen, wenn ein Unternehmen selbst die Einhaltung seiner Verhaltenskodizes überprüft. (ii) Beim externen Monitoring beauftragt und bezahlt das Unternehmen Außenstehende mit der Überprüfung der Einhaltung der Verhaltenskodizes. (iii) Externes unabhängiges Monitoring bedeutet eine Überprüfung der Standards durch NGOs und Zivilorganisationen, für das auch meistens das Markenunternehmen selbst aufkommt. Vom Verständnis her geht es in dieser Variante um ein „begleitendes“ Monitoring. Wichtig sind Kommunikation, Konfliktmanagement und das gemeinsame Erarbeiten von Lösungen für Probleme. So hat sich für eine gute Zusammenarbeit und eine Verringerung des Konkurrenzdenkens eine klare Rollenverteilung zwischen den beteiligten AkteurInnen als zentral erwiesen: NGOs sind im Allgemeinen nur für die Evaluierung von Arbeitsbedingungen und Arbeitsverhältnissen zuständig. Darum, diese zum Besseren zu verändern und sich für die Einhaltung von Arbeitsrechten einzusetzen, kümmern sich die Gewerkschaften (vgl. Köpke/Röhr 2003: 109f, Quinteros 2007: 13f). Grundbausteine für erfolgreiches Monitoring sind einerseits die Unabhängigkeit des Monitorings gegenüber den zu überprüfenden AkteurInnen und die Glaubwürdigkeit und Seriosität der Überprüfungsorganisation beim Monitoring. Die Überprüfung sollte außerdem transparent offengelegt werden und für die ArbeiterInnen und andere Interessengruppen nachvollziehbar sein (vgl. Quinteros 2007: 13f).

Für ein gutes Monitoring der Einhaltung von Verhaltensregeln im Hinblick auf frauenspezifisch heikle Bereiche wie beispielsweise sexuelle oder psychische Belästigung, ist es ausschlaggebend, dass Frauen Vertrauen zur Monitoring-Gruppe haben. Um dies zu erreichen, muss Arbeiterinnen mehr Macht und Verantwortung zugesprochen werden. In Zukunft sollen diese das Monitoring der Verhaltenskodizes vermehrt selbst übernehmen (vgl. Pearson/Seyfang 2002: 52). In unabhängigen Monitoring-Gruppen von Frauenorganisationen wird dieser Ansatz bereits umgesetzt, indem Arbeitsrechtsverletzungen in Maquiladoras von Frauen selbst überwacht und überprüft werden (vgl. Prieto/Hadjipateras/Turner 2002: 154f).

Nicht nur die Überprüfung der Verhaltenskodizes, sondern auch die Erarbeitung solcher Standards sollte nicht nach Top-Down Prinzipien erfolgen. Wichtig ist es, Frauen und ihre Ideen und Forderungen auch in die Entwicklung von Standards direkt einzubeziehen. Aus diesem Grund ist den Arbeiterinnen als zentralen Akteurinnen im Globalen Produktionsnetzwerk mehr Mitspracherecht zuzugestehen. Konkret bedeutet das, gemeinsam mit ihnen arbeitsrecht-

liche Standards zu erarbeiten und zu überprüfen, damit auch sie selbst den Verhaltenskodizes Vertrauen und Akzeptanz entgegenbringen können (vgl. Ascoly/Zeldenrust 2002: 177f, Shaw/Hale 2002: 104–107, 109ff).

Um die Einhaltung von Arbeitsrechten und Verhaltenskodizes zu überprüfen, haben sich in den verschiedenen mittelamerikanischen Ländern mittlerweile zahlreiche freiwillige und unabhängige Monitoring-Organisationen etabliert. Ihr Aufgabenbereich besteht einerseits darin, Verhaltenskodizes zu verifizieren. Andererseits führen sie auch Untersuchungen durch, veranstalten Fortbildungen und betreiben politisches Lobbying. Im Gegensatz zu kommerziellen PrüferInnen wie die Social Accountability International (SAI) oder die Fair Labor Association (FLA) (siehe Kapitel 2.4.2) verfolgen diese zivilgesellschaftlichen Organisationen keine wirtschaftlichen Interessen. Den Frauenorganisationen geht es an erster Stelle um eine Wahrung der Würde der Frauen bei der Arbeit.

Folgende Organisationen setzen sich in Mittelamerika für die Rechte der Frauen ein: In El Salvador unterstützt die Organisation GMIES (Grupo de Monitoreo Independiente de El Salvador) die Arbeiterinnen und kümmert sich vor allem um die Aufgabe des Monitorings, in Honduras EMIH (Equipo de Monitoreo Independiente de Honduras), in Guatemala COVERCO (Comisión para la Verificación de Códigos de Conducta) und in Nicaragua kontrolliert die Gruppe PASE (Red de Expertos para la Auditoría Social Empresarial) die Arbeitsbedingungen (vgl. Köpke 2003: 38, Köpke/Röhr 2003: 108f, Krämer 2002: 35). 2002/2003 schließen sich die unabhängigen Monitoring-Organisationen El Salvadors, Honduras` und Guatemalas zu einem gemeinsamen Verbund „Observatorio de la Maquila y Libre comercio“ zusammen, um sich auszutauschen und von unterschiedlichen Erfahrungen profitieren zu können. 2007 berichtet GMIES von einer Zusammenarbeit von Monitoring-Organisationen aus Honduras und Guatemala. Durch Vernetzungen und Informationsaustausch wird eine Verbesserung der Kampagnen-Arbeit erwartet. Darüber hinaus gibt es die Hoffnung, durch das gemeinsame Vorgehen gegen Arbeitsrechtsverletzungen ein größeres Machtpotential zu erreichen (vgl. Homepage von GMIES, Köpke/Röhr 2003: 107f). Die oben genannten unabhängigen Monitoring-Organisationen sehen sich als Teil der Zivilgesellschaft und haben gegenüber Multistakeholder-Initiativen den Vorteil, nicht die wirtschaftliche Unternehmensperspektive zu vertreten, sondern auch die Interessen der ArbeiterInnen und Frauen zu berücksichtigen (vgl. Köpke/Röhr 2003: 110f).

## **2.4.5 Verhaltenskodizes als Mittel zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie?**

Verhaltenskodizes sind nicht unumstritten. Immer wieder wird von verschiedenen Seiten auch starke Kritik laut. Die Vor- und Nachteile dieses Instruments zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen lassen sich wie folgt zusammenfassen: Wenn Kodizes die Standards der ILO mit einschließen und einer (im Idealfall externen unabhängigen) Überprüfung unterliegen, die auch den ArbeiterInnen Mitsprache bei der Neugestaltung menschenwürdiger Produktionsprozesse einräumt, können Verhaltenskodizes ein gutes Instrument für die Verbesserung von Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie sein. Dieses Argument spricht für Verhaltenskodizes. Auf der anderen Seite gibt es mehrere Gegenargumente:

Leider ist es häufig noch immer so, dass die Kodizes und ihre Überprüfung nur bis zum ersten Zulieferunternehmen reichen. Globale Produktionsnetzwerke werden immer stärker auf mehrere Ebenen von Zulieferbetrieben ausdifferenziert, wodurch Verhaltenskodizes bei Zulieferern von Zulieferern in weiteren Produktionsschritten kaum mehr berücksichtigt werden (vgl. Ascoly/Zeldenrust 2002: 180). Vor allem dort, wo Arbeitsschritte in den informellen Sektor, etwa in Heimarbeit, ausgelagert werden, wirken Verhaltenskodizes nicht mehr regulierend (vgl. Pearson 2007: 736f).

Auch die zusätzlichen Kosten, die mit den Verhaltenskodizes verbunden sind, stellen einen Nachteil dar. Dazu gibt es drei verschiedene Sichtweisen: NGOs wie die Clean Clothes Campaign argumentieren, dass die Kosten für Verhaltenskodizes und deren Überprüfung indirekt über gesteigerte Produktionsmengen oder über geringere Löhne wieder auf die ArbeiterInnen ausgelagert und nicht von den Unternehmen getragen werden. WissenschaftlerInnen wie Nadvi oder Rohitratana argumentieren, dass die zusätzlichen Kosten für die Erstellung und das Monitoring der Verhaltenskodizes durch eine gesteigerte Produktivität wieder wettgemacht werden. Durch bessere Arbeitsbedingungen entsteht ein gesünderes Arbeitsumfeld, wodurch Arbeitskräfte effizient arbeiten und länger beschäftigt werden können. Wenn KonsumentInnen Verständnis dafür zeigen, könnten Unternehmen die Preise der Produkte um die Kosten für die Maßnahmen im Rahmen der sozialen Unternehmensverantwortung sogar erhöhen (vgl. Ascoly/Zeldenrust 2002: 180, Maquila Solidarity Network 2009a: 5, Nadvi 2008: 338, Rohitratana 2002: 61). Ein weiterer Nachteil der freiwilligen Verhaltenskodizes ist, dass sie von verschiedenen Unternehmen sehr unterschiedlich gestaltet sind und es für die KonsumentInnen immer schwieriger wird, sich bei den vielen verschiedenen Variationen einen Überblick zu verschaffen. „Sichtbare“ Dinge, wie Sicherheit, Gesundheit, Arbeitszeit und Verbot von Kinderarbeit etc., können über Verhaltenskodizes gut geregelt werden. Lücken-

haft und mangelhaft wird die Überprüfungsmöglichkeit jedoch, wenn es etwa um das Recht auf Gewerkschaftsbeteiligung, um das Recht auf gerechten Lohn oder um frauenspezifische Anliegen geht. Generell ist die Überprüfung oftmals schwierig. Einerseits variieren die Monitoring-Methoden (zum Beispiel mit internem, externem und unabhängigem Monitoring), andererseits fehlt oft die notwendige Transparenz. Unternehmen sehen in den Verhaltenskodizes auch weniger eine Möglichkeit, um Menschen- und Arbeitsrechte einzuhalten, sondern eine willkommene Gelegenheit, um für ihr Unternehmen zu werben. Aus diesem Grund sind Verhaltenskodizes auch nur als eine von vielen Maßnahmen zu sehen, um internationale Arbeitsrechte zu regeln (vgl. Barrientos/Smith 2007: 727, King Dejardin 2008: 10f, Locke et al. 2007: 22).

Welche zusätzlichen Maßnahmen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen sind notwendig? Eine gute nationale Gesetzgebung und die Kontrolle der Gesetze ist das Um und Auf für gerechte und menschenwürdige Arbeitsbedingungen. Auf alle Fälle können Verhaltenskodizes nationale arbeitsrechtliche Gesetzgebungen und deren Überprüfung nicht ersetzen. Da Verhaltenskodizes in ihrer Wirksamkeit das gesamte Globale Produktionsnetzwerk erreichen müssen, können sie nur als Ergänzung zu nationaler Gesetzgebung gesehen werden (vgl. Locke et al. 2007: 34f). Verhaltenskodizes sollen dazu beitragen, den Staat auf seine Rolle als Wächter der Gesetze aufmerksam zu machen. Umgekehrt üben nach Krämer in letzter Zeit große Konzerne immer mehr Druck auf Nationalstaaten aus. Die UnternehmerInnen fordern, dass auch die Staaten auf die Einhaltung von sozialen Mindeststandards in den Fabriken achten. Sie erinnern die Staaten an ihre Verantwortung, mit Hilfe von Arbeitsrechtskontrollen des Arbeitsministeriums dafür zu sorgen, dass die Gesetze in den Fabriken der zentralamerikanischen Länder eingehalten werden (vgl. Krämer 2002: 36).

Neben den Verhaltenskodizes ist auch die Arbeitsbeziehung ausschlaggebend, die die Markenunternehmen mit ihren Zulieferbetrieben haben. Eine Studie über Zulieferer von Nike zeigt, dass bei einem vertrauensvollen, kooperativen Verhältnis zwischen Partnern die Häufigkeit von arbeitsrechtlichen Verletzungen viel geringer ist als bei hierarchischen Arbeitsverhältnissen, bei denen die Zulieferer dem Markenunternehmen untergeordnet sind (vgl. Locke et al. 2007: 24, 34f, Wick 2003: 25f).

Eine weitere Möglichkeit Unternehmen anzuhalten, nicht gegen arbeitsrechtliche Bestimmungen zu verstoßen, sind Kampagnen und Aktionen von transnationalen Organisationen (vgl. Locke et al. 2007: 34f). Die Tatsache, dass auch Menschen in den Industrieländern Solidarität mit den ArbeiterInnen, die ihre Konsumgüter fabrizieren, zeigen, kann den ArbeiterIn-

nen des Südens zumindest eine psychologische Unterstützung sein und ihnen die Angst nehmen, mit ihren Forderungen und Problemen alleine zu sein (vgl. Hale/Wills 2007: 467).

Um Unternehmensverantwortung in Zukunft geschlechtersensibel zu gestalten, muss der klassische Blickwinkel erweitert werden: Die Verantwortung muss explizit für „weibliche“ Arbeitskräfte übernommen werden.

In weiterer Folge muss eine soziale Unternehmensverantwortung dann auch die Familie, die Gemeinschaften und die Gesellschaft als Ganzes inkludieren. Dies kann gut mit den verschiedenen reproduktiven Tätigkeiten begründet werden, die notwendig sind, um eine Gesellschaft zu stabilisieren. Im Besonderen gilt das etwa für die soziale Reproduktion, die vorwiegend als Aufgabe der Frau definiert ist. Zu dieser sozialen Reproduktion gehören die biologische Reproduktion (Zeugung und Ernährung von Kindern), die Reproduktion der Generationen (Versorgungs- und Erziehungsarbeit an Kindern bis ins arbeitsfähige Alter), die tägliche Reproduktion (Erneuerung der durch Arbeit aufgebrauchten Kräfte für den nächsten Arbeitsprozess) und die Reproduktion von sozialen Institutionen und Werten, die für den Erhalt einer Gesellschaft notwendig sind. Da Unternehmen indirekt von diesen meist unentgeltlich bereitgestellten Leistungen der Frauen profitieren, ist es auch ihre Aufgabe einen Beitrag zu leisten (vgl. Pearson 2007: 739).

Eine Möglichkeit einer derartigen Beitragsleistung der Unternehmen wäre nach Pearson die sogenannte „Maria tax“. Konkret geht es dabei um eine nach Anteil der Frauenbeschäftigung gestaffelte Steuer, die Staaten von Unternehmen einheben. Das durch die Steuer eingehobene Geld soll für Investitionen aufgewendet werden, die die Gleichbehandlung von Männern und Frauen generell unterstützen. Mit der „Maria tax“ sollen nach Pearson Unternehmen im Rahmen ihrer sozialen Verantwortung in die soziale Reproduktion der Arbeiterinnen investieren und den Frauen ökonomische Anerkennung zeigen. Die Unternehmen leben und profitieren von ihren Arbeiterinnen und werden von ihnen gestützt. Über eine derartige „Maria tax“ sollten gezielt Investitionen in den öffentlichen Transport, in die Kinderbetreuung, in die Erziehung, in die Ausbildung, in die Gesundheitsversorgung und –vorsorge und in die Pensionsversicherung getätigt werden. Einerseits bedeutet diese Steuer einen Zuschuss für die soziale Reproduktion einer Gesellschaft, andererseits aber wird dadurch der geringe Lohn der Frauen aufgewertet bzw. werden Bereiche davon bezahlt, die die Frauen sonst von ihrem Lohn bezahlen müssten (zum Beispiel Kinderbetreuung) (vgl. Pearson 2007: 738f, 745f, Pearson 2004: 617f).

Einfacher umsetzbar als diese Idee einer zusätzlichen Steuer für Investitionen in frauenspezifische Bereiche wäre die Forderung der Frauen und Frauenorganisationen: Die Frauen in den Nähfabriken wünschen sich höhere Löhne, von denen sie selbst Steuern an den Staat abgeben können. Wenn sie dann auch noch ein Mitspracherecht über die Verwendung der Steuergelder erhalten, wäre vielen Frauen und ihren Familien die Existenzangst genommen.

Ein Lösungsvorschlag in Richtung höhere Löhne und bessere Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsproduktion kommt aus Asien. Der „Asia Floor Wage“ oder der „asiatische Grundlohn“ ist eine Idee verschiedener Arbeitsrechtsorganisationen aus Indien, Bangladesch, Kambodscha, Indonesien, Sri Lanka, Thailand, China und Hong Kong und Solidaritätsorganisationen aus Ländern des Nordens (vgl. Merk 2009: 8). Da die Mindestlöhne die monatlichen Ausgaben der ArbeiterInnen nicht decken können, wird ein „asiatischer Grundlohn“ gefordert. Das Besondere daran ist, dass dieser „asiatische Grundlohn“ in Abhängigkeit von Kaufkraftparitäten (KKP) in mehreren Ländern der Region gelten soll. Mit dem Konzept der Kaufkraftparitäten kann der Geldwert zwischen verschiedenen Ländern verglichen werden: Wie viele US-Dollar braucht man beispielsweise in Thailand, um einen gleichwertigen Warenkorb wie in den USA zu kaufen? In Thailand kann man um 220 US-Dollar einen Warenkorb kaufen, der die Lebenserhaltungskosten deckt. Diese 220 US-Dollar entsprechen einem Wert von 471 KKP \$ in den USA. Ein Warenkorb in Bangladesch, der die Lebenserhaltungskosten deckt, entspricht einem Wert von 417,4 KKP \$ in den USA und ein solcher Warenkorb in Indonesien entspricht einem Wert von 593,6 KKP \$. Die Kaufkraftparitäten in US-Dollar der anderen Länder, die am „asiatischen Grundlohn“ beteiligt sind, liegen zwischen jenen von Indonesien und Bangladesch (vgl. Merk 2009: 54f).

Arbeitsrechtsorganisationen fordern auf Basis dieser Kalkulationen einen hohen neuen Grundlohn, etwa in Höhe der für Indonesien berechneten Lebenserhaltungskosten. Die Interessen der UnternehmerInnen liegen bei einem niedrigen neuen Grundlohn, etwa in Höhe der für Bangladesch berechneten Lebenserhaltungskosten. Im Rahmen eines Kompromisses zwischen den unterschiedlichen Interessen und um einen einheitlichen existenzsichernden Lohn für die Region zu fixieren, wurde der „asiatische Grundlohn“ 2009 bei einem Mittelwert von 475 KKP \$ festgelegt. Dieser Wert wird mit Hilfe des KKP-Umrechnungsfaktors (wie viel Geld der Landeswährung hat die gleiche Kaufkraft im Land wie ein US-Dollar in den USA) in die Landeswährung transferiert und muss jährlich den Wechselkursen und der Inflation neu angepasst werden. Durch diesen regionalen Zusammenschluss soll die Kapitalflucht der Unternehmen gestoppt und bessere Arbeits- und Lohnbedingungen für eine gesamte Region erzielt werden (vgl. Merk 2009: 56). Nachdem eine überregionale Einigung erreicht wurde,

liegt es in der Hand aller Beteiligten sich dafür einzusetzen, die Regierungen und UnternehmerInnen von diesem existenzsichernden Grundlohn zu überzeugen und eine Implementierung zu erreichen (vgl. Merk 2009: 59).

Dieses Beispiel für eine Kampagne einer gesamten Region könnte auch für Mittelamerika als Vorbild für eine mögliche Strategie gegen die Abwanderungsprozesse innerhalb der zentral-amerikanischen Länder dienen. Selbst schon die Bezahlung des „asiatischen Grundlohns“ hätte Vorteile für Zentralamerika, da die globale Konkurrenzsituation um die billigsten Arbeitskräfte damit gemildert werden könnte. Würde man dieses Konzept des „asiatischen Grundlohns“ auf mehrere bzw. alle Regionen der Welt, die vorwiegend Bekleidung produzieren, ausweiten, könnte man die Kapitalmobilität der InvestorInnen stoppen und ermöglichen, dass die ArbeiterInnen mit ihrem höheren Lohn auch wirklich ihre Lebenskosten decken können (vgl. Merk 2009: 58).

Aus der Diskussion über Verhaltenskodizes und andere Maßnahmen, wie beispielsweise die „Maria tax“ oder den „asiatischen Grundlohn“, lassen sich folgende Schlüsse für Verbesserungen der Arbeitsbedingungen ziehen:

Langfristig können die Lebensbedingungen der Frauen in einer global vernetzten Wirtschaft nicht durch einzelne Maßnahmen allein positiv beeinflusst werden. Auf verschiedenen Ebenen und ausgehend von unterschiedlichen AkteurInnen kann ein Beitrag zur Verbesserung der Situation der Frauen geleistet werden: Für eine Verbesserung der Zukunft der Frauen des Südens ist insbesondere jedoch die Gewährung der Mitbestimmung und des Mitspracherechts der Frauen nach dem Vorbild der Frauenorganisationen zentral (vgl. Pearson 2004: 616f).

## **2.5 „From misery to poverty back to misery“:**

### **Neue Herausforderungen für die Arbeiterinnen in den Maquiladoras**

„From misery to poverty back to misery“ (Jansen et al. 2007: 5) soll den Weg verdeutlichen, den viele in den Maquiladoras beschäftigte Frauen in den letzten Jahrzehnten gehen mussten bzw. müssen.

Die prekären Bedingungen, unter denen Frauen in den mittelamerikanischen Maquiladoras arbeiten, sind nach wie vor ein Problem, gegen das auf unterschiedliche Art und Weise (siehe auch Kapitel 2.3, 2.4) gekämpft wird.

In den letzten Jahren, besonders seit dem Ende des Quotenabkommens in der Textil- und Bekleidungsindustrie und der dadurch verschärften Konkurrenz mit China und anderen südost-asiatischen Ländern, kann man eine Verschiebung der Maquiladora-Problematik beobachten.

Nicht mehr nur die „sichtbaren“ Arbeitsrechtsverletzungen, wie Kündigung infolge von Schwangerschaft, sexuelle Belästigung oder Gewalt machen Frauen Probleme. Auf der Suche nach günstigen Produktionsbedingungen werden Produktionsaufträge abgezogen. Es kommt zu Schließungen von Fabriken und/oder der Forcierung immer strengerer Arbeitsbedingungen (vgl. Braig 1995: 5, Collins 2007: 397–400). Handelt es sich um eine Verlagerung einer Fabrik, so wird an einem anderen Ort mit häufig für die Unternehmen besseren Konditionen und billigeren Arbeitskräften produziert. Im Gegenzug werden eben an diesem neuen Produktionsstandort Arbeitsplätze geschaffen. Die Kapitalflucht bzw. der Abzug einer Produktionsstätte muss dabei nicht immer über Ländergrenzen hinweg erfolgen. Auch die Umsiedelung innerhalb eines Landes bedeutet einen großen Verlust, der die Existenz vieler Arbeiterinnen und deren Familien bedroht. Dazu kommt, dass Schließungen oftmals erfolgen, ohne den verpflichtenden Zahlungen nachzukommen und die noch ausstehenden Löhne der Arbeiterinnen zu bezahlen. Die von Kündigung betroffenen Frauen geraten so oft in eine ökonomische Not-situation, aus der sie nur schwer wieder herauskommen können, da es kaum andere Arbeitsalternativen für die Frauen gibt (vgl. Armbruster-Sandoval 2003: 570f, Maquila Solidarity Network 2007a: 5, Südwind Gesprächsrunde vom 10. November 2009, Südwind Fachgespräch vom 13. November 2009, Werner/Bair 2009: 8f, WIDE 2010: 18).

Auch die Weltwirtschaftskrise von 2008 und der damit verbundene Konsumrückgang haben negative Auswirkungen auf die Arbeiterinnen in den Maquiladoras. Vor allem Länder mit einer starken Exportorientierung, wie jene in Zentralamerika, sind von der Wirtschaftskrise betroffen und müssen überlegen, ob die Maquiladora-Industrie in Zukunft überhaupt zu einer wirtschaftlichen Entwicklung der Länder beitragen kann bzw. welche neuen Strategien für eine positive wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung in Zukunft notwendig sind. Laut der Organisation Maquila Solidarity Network sind der Schaden und die negativen Auswirkungen der weltweiten Rezession ab 2008 sogar noch viel größer als die Effekte des Auslaufens der Quotenregelungen (vgl. Maquila Solidarity Network 2009b: 6, Montaña Virreira/Milosavljevic 2010: 27). Die Krise führte zu folgenden Veränderungen im Hinblick auf Konsum und Produktion von Bekleidung:

Durch die Krise wurde die Bekleidungsproduktion weltweit gesenkt bzw. die Produktion gewisser Arten von Produkten. Vor allem in den USA ging auch der Verkauf der Produkte stark zurück. Der Nachfragerückgang ist besonders bei Markenunternehmen wie GAP oder Abercrombie & Fitch zu spüren. Anbieter billiger Waren, hier vor allem Wal-Mart, wiesen auch in Krisenzeiten einen Anstieg im Verkauf aus (vgl. Maquila Solidarity Network 2009b: 3, Maquila Solidarity Network 2009c: 3). Die Ursache für die geringere Nachfrage nach Marken-

produkten liegt in einer Veränderung des Konsumverhaltens in Krisenzeiten. In unsicheren Zeiten wird ein geringerer Anteil des Haushaltsbudgets für den Konsum ausgegeben. Gespart wird vor allem durch den Kauf von Billigprodukten auch im Bekleidungsbereich. Wenn KonsumentInnen stärker auf den Preis achten und die Nachfrage nach Billigprodukten auf Kosten von Qualitätsprodukten steigt, so erhöht sich auch der Druck auf die ArbeiterInnen in diesen Produktionsbetrieben: Einerseits wird mehr Flexibilität von den Arbeitskräften in den Zulieferfabriken erwartet, andererseits verschieben sich die Auftragsvolumina in Richtung der billigsten Billiglohnländer. Gerade in Zentralamerika hat diese Entwicklung mit dem Krisenjahr 2008 zu einem Rückgang bei den Auftragsvolumina und zu einem starken Anstieg von Fabrikschließungen, Produktionsrückgängen etc. geführt. Vielen Fabriken fehlen noch dazu die Zahlungsmittel, um Abfindungen oder Pensionen für die ehemaligen ArbeiterInnen zu zahlen (vgl. Maquila Solidarity Network 2009a: 8). Auch Löhne, Gutscheine, soziale Absicherungen und andere Vergünstigungen werden gekürzt und Forderungen nach Lohnerhöhungen werden nicht erfüllt. Um die Flexibilität zu erhalten, werden Teilproduktionen an kleinere Unternehmen mit zeitlichen Unterverträgen ausgelagert. Dort sind die Arbeitsbedingungen und Lohnbestimmungen weniger geregelt und es ist noch schwieriger, aufgrund des kleinen Umfangs der Fabriken, Arbeitsrechtsverletzungen nachzugehen und aufzuzeigen. Eine weitere Auswirkung der Krise kann sein, dass Markenunternehmen aufgrund voller Lagerbestände Aufträge an Maquiladoras wieder stornieren (vgl. Maquila Solidarity Network 2009a: 3f, 5, Maquila Solidarity Network 2009b: 3f).

Kündigungen durch Produktionsrückgänge und Fabrikschließungen sind die Folgen der Krise, die die Frauen zu spüren bekommen. Nach einer Kündigung bei einer Maquiladora gibt es laut der Organisation Maquila Solidarity Network für die Frauen meist nur zwei Optionen: Entweder sie haben Glück und finden Arbeit in einer anderen Fabrik, etwa in der Elektronikproduktion. Oder die Frauen müssen eine Arbeit im informellen Sektor mit deutlich schlechteren und unsichereren Bedingungen als im formalen Sektor annehmen. Die jüngste Weltwirtschaftskrise betraf jedoch verschiedene Branchen weltweit. Auch in anderen Fabriken und Sparten gibt es wenige freie Stellen. Derzeit müssen Frauen daher sehr oft den Weg von „*miserery to poverty back to misery*“ (Jansen et al. 2007: 5) gehen (vgl. Maquila Solidarity Network 2009c: 11).

Durch die Finanzkrise nimmt außerdem das Vertrauen bei Finanztransaktionen zwischen verschiedenen AkteurInnen ab. Fabriken in Entwicklungsländern fürchten zunehmend um die Bezahlung der Aufträge der Bekleidungsunternehmen aus den Industrieländern. Sollte das Bekleidungsunternehmen vor der Zahlung eines Auftrages in Insolvenz gehen, stehen die

Fabriken und mit ihnen die ArbeiterInnen mit leeren Händen da (vgl. Maquila Solidarity Network 2009a: 3).

Erwartet wird auch ein Rückgang der Zusammenarbeit mit Organisationen aus den Industrieländern, die sich für gerechte Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsproduktion einsetzen, da sich diese Organisationen zunehmend mit den durch die Krise in den Industrieländern entstandenen „eigenen“ Problemen (wie Arbeitslosigkeit beispielsweise) beschäftigen (vgl. Maquila Solidarity Network 2009a: 8).

Die Maquiladora-Industrie war immer schon von Unterverträgen und Verlagerungen und somit von Instabilität und Kurzfristigkeit bzw. Kurzlebigkeit gekennzeichnet (vgl. Zeldenrust/Pauli 2007: 1). Die erhöhte Flexibilität im Zuge der Weltwirtschaftskrise bedeutet für die Frauen eine erhöhte Unsicherheit in Bezug auf ihr Einkommen, das für ihre Versorgung bzw. die Versorgung ihrer Familie oder ihrer Kinder ausschlaggebend ist. Die kurzfristigen Arbeitsaufträge, die es gibt, und bei denen in kürzerer Zeit eine große Menge produziert werden muss, führen für die Frauen zu langen Arbeitstagen mit bis zu zwölf Stunden täglicher Arbeit. Diese „Arbeit auf Abruf“ und die damit entstehenden Probleme in Zusammenhang mit der Versorgung der Familienangehörigen kann zu psychischem Druck und Stress und weiteren gesundheitlichen Problemen führen (vgl. Maquila Solidarity Network 2009b: 4).

Den Arbeitsrechtsverletzungen in den Maquiladoras, die trotz Verhaltenskodizes, Aktionen und Programmen von Gewerkschaften und NGOs kein Ende nehmen, werden in Krisenzeiten wenig Aufmerksamkeit geschenkt (vgl. Maquila Solidarity Network 2008: 11). Unternehmen nützen außerdem die Situation der Krise aus, um ArbeiterInnen, die gewerkschaftlich tätig sind, unter dem Vorwand der Krise zu entlassen. Dabei wird das Recht auf Organisation der ArbeiterInnen untergraben (vgl. Maquila Solidarity Network 2009c: 1).

## **2.6 „Modernisierung“ der Maquiladora-Industrie: Eine bessere Zukunft für die Arbeiterinnen?**

Angesichts der angesprochenen Restrukturierungen in der Maquiladora-Industrie stehen dieser Branche in Mittelamerika wohl eher düstere Zeiten bevor. Der nächste Abschnitt beschäftigt sich damit, was notwendig wäre, um den ehemaligen ArbeiterInnen eine positive(re) Zukunftsperspektive zu geben.

Welche Aktionspotentiale haben Nationalstaaten?

Um auch die Frauen, die vom Niedergang der Maquiladora-Industrie besonders betroffen sind, in den erhofften wirtschaftlichen Aufschwung nach der Krisenzeit mit einzuschließen,

müssen Staaten Maßnahmen viel stärker geschlechtersensibel planen und umsetzen als bisher. NGOs fordern die Staaten auf, alternative Arbeitsplätze zu schaffen und dabei auf die große Zahl der Entlassungen weiblicher Arbeitskräfte besonders Rücksicht zu nehmen (vgl. Maquila Solidarity Network 2007b: 4).

Einerseits geht es darum, die notwendigen Strukturen für Frauen zu schaffen, damit sie produktive Tätigkeiten aufnehmen können (zum Beispiel Kinderbetreuungseinrichtungen auf- und ausbauen, die Einkommensschere zwischen Männern und Frauen abbauen etc.) (vgl. Montaña Virreira/Milosavljevic 2010: 34f). Andererseits müssen auch Arbeitsplätze im Dienstleistungssektor geschaffen werden, da dort sehr viele Frauen beschäftigt sind (vgl. International Labour Organization 2009: 48). Die Aufgabe des Staates nach Montaña Virreira und Milosavljevic ist es, die Arbeitsbedingungen stärker zu kontrollieren und zu verbessern. Darüber hinaus müssen Männer vermehrt in reproduktive Tätigkeiten eingebunden werden. Generell ist mehr auf Vereinbarkeit von reproduktiven und produktiven Tätigkeiten zu achten, um Frauen und Männer bei ihrer Doppelbelastung zu unterstützen (vgl. Montaña Virreira/Milosavljevic 2010: 34ff). NGOs wie das Maquila Solidarity Network fordern von den zentralamerikanischen Regierungen, die Arbeitsbedingungen im Hinblick auf ihre Nationalgesetze zu überprüfen. Auch bei Fabrikschließungen sollen die Nationalstaaten überprüfen und überwachen, ob die national geltenden Arbeitsgesetze eingehalten werden (vgl. Maquila Solidarity Network 2007b: 4).

Was ist von den Zulieferbetrieben zu fordern?

Die Forderungen der NGO Maquila Solidarity Network knüpfen vor allem an eine Veränderung der Wahrnehmung der Maquiladora-Industrie als neue Branche mit neuen Zielen und Bedingungen an: In Zukunft wird es für die Maquiladoras vor allem darum gehen, die Produktivität und die Qualität der Produkte zu verbessern, um mit ihren exportorientierten Produkten weiterhin am verstärkten globalen Wettbewerb teilhaben zu können. Vom Maquila Solidarity Network etwa wird vorgeschlagen, dass sich Zentralamerika auf qualitative Sozial- und Umweltstandards und die Einhaltung von Kodizes „spezialisieren“ soll. Gegenüber anderen Produktionsländern wäre die Region damit attraktiver für InvestorInnen, die auf eine ethische Produktion Wert legen. Um sich auf diese Nische konzentrieren zu können, wird nach Einschätzung des MSN auch finanzielle Unterstützung von außen notwendig sein, beispielsweise vom größten Exportmarkt Zentralamerikas, nämlich der USA. Wichtig wird in diesem Zusammenhang auch die Rolle der Regierungen sein, die die Einhaltung von Arbeitsgesetzen

überprüfen und bei Vergehen ahnden sollen (vgl. Maquila Solidarity Network 2009a: 7, Maquila Solidarity Network 2009b: 5).

NGOs wie die Organisation Maquila Solidarity Network fordern von den Unternehmen im Sinne einer sozialen Unternehmensverantwortung mehr Transparenz sowie zeitgerechte Informationen über Fabrikschließungen oder Verlagerungen. Konkret bedeutet das für die Unternehmen, eine transparente Berichterstattung und Informationen über Maßnahmen und Vorgehensweisen gegen Arbeitsrechtsverletzungen vorzulegen. Außerdem fordern NGOs Strategien, wie mit den Schließungen von Fabriken von Seiten des Managements umgegangen wird und welche Maßnahmen dabei für die ArbeiterInnen vorgesehen werden (vgl. Maquila Solidarity Network 2007a: 18f).

Den Zulieferunternehmen soll es erschwert werden, nach einer Fabrikschließung einfach Arbeitskräfte zu entlassen und zu verschwinden. Es wird gefordert, dass alle offenen Zahlungen und Schulden an die ArbeiterInnen (vor allem an schwangere Arbeiterinnen und ArbeiterInnen mit gesundheitlichen Problemen) beglichen werden. Als rechtliche Grundlage dazu dient das ILO-Übereinkommen mit dem Artikel Nr. 158, worin Bestimmungen über die Beendigung eines Arbeitsverhältnisses festgehalten sind. So weit wie möglich soll von den Unternehmen die Suche der ehemaligen ArbeiterInnen nach einem neuen Arbeitsplatz unterstützt werden (vgl. Kampagne für `Saubere Kleidung` 2008: 37, Maquila Solidarity Network 2007b: 3).

Was ist von Markenunternehmen einzufordern?

Markenunternehmen müssen nach der Meinung von NGOs dazu angehalten werden, längere Beziehungen mit Zulieferbetrieben aufzubauen. Erfahrungsgemäß vermindert das Arbeitsrechtsverletzungen. Unternehmen müssen für die Arbeitsbedingungen in der gesamten Produktionskette ihrer Waren verantwortlich gemacht werden und können nicht, wenn beispielsweise Arbeitsrechtsverletzungen bei einem Zulieferer aufgedeckt werden, den Auftrag einfach abziehen und an einen anderen Zulieferer vergeben. Markenunternehmen sollen die Produktionsbedingungen besser kontrollieren bzw. qualitative Arbeitsbedingungen gemeinsam mit den anderen AkteurInnen (ArbeitnehmerInnenvertreterInnen, Regierungen etc.) im Globalen Produktionsnetzwerk gestalten (siehe Kapitel 2.4 zu den Verhaltenskodizes) (vgl. Maquila Solidarity Network 2007a: 22). Die Organisation Maquila Solidarity Network fordert von den Markenunternehmen, auf Arbeitsrechtsverletzungen adäquat zu reagieren, d.h. diese eventuell beim Zulieferer selbst offensiv aufzugreifen und anzusprechen. Wird gemeinsam mit dem Zulieferer keine Lösung gefunden, liegt es in der Verantwortung der Markenunternehmen,

eventuell noch ausständige Zahlungen an entlassene ArbeiterInnen zu tätigen (vgl. Zeldenrust/Pauli 2007: 3ff).

Neben den Zulieferbetrieben sollen auch die Markenunternehmen zu einer öffentlichen, transparenten Berichterstattung verpflichtet werden, um zu vermeiden, dass die Spirale der schlechten Arbeitsbedingungen in den Entwicklungsländern immer weiter nach unten gedreht wird (vgl. Maquila Solidarity Network 2007b: 4).

Die Markenunternehmen sollen es auch ermöglichen, dass den ArbeiterInnen in Zukunft mehr Lohn ausgezahlt wird. Diese können nämlich durch ihren Konsum die Wirtschaft in den Ländern des Südens „von unten“ ankurbeln. Auch in Bezug auf die soziale Stabilität eines Landes hat ein höherer Lohn vor allem für die weiblichen Arbeitskräfte positive Auswirkungen: Frauen investieren in die Zukunft ihrer Kinder im Bereich Bildung und Gesundheit. Das Land profitiert von ausgebildeten Arbeitskräften, die für den wirtschaftlichen Aufschwung des Landes sorgen können (vgl. Maquila Solidarity Network 2009a: 8, Maquila Solidarity Network 2009b: 5f, Montaña Virreira/Milosavljevic 2010: 34).

Was ist von KonsumentInnen zu erwarten?

Sollten die Forderungen nach höheren Löhnen mit einem höheren Preis der Bekleidungsprodukte in den Industrieländern einhergehen, ist diese Produktpreiserhöhung eine gerechte Folge der Solidarität mit den ArbeiterInnen in den Maquiladoras. Für jede Arbeitstätigkeit am Kleidungsstück, ob im Bereich des Designs, des Verpackens, des Nähens etc. soll ein gerechter und würdiger Lohn gezahlt werden. ArbeiterInnen im Bereich des Nähens soll es ermöglicht werden, ihr Leben und die Versorgung ihrer Familienangehörigen mit ihrer Arbeit zu finanzieren (vgl. Maquila Solidarity Network 2009b: 5).

Welchen Beitrag können die ArbeiterInnen selbst leisten?

NGOs fordern von den ArbeiterInnen, sich in Organisationen wie Gewerkschaften zusammenzuschließen, um sich gemeinsam für ihre Rechte, wie beispielsweise Verträge und Sicherheiten auch bei kurzfristigen Anstellungen oder einen existenzsichernden Lohn, einzusetzen (vgl. Maquila Solidarity Network 2009a: 7f, Montaña Virreira/Milosavljevic 2010: 35). Regierungen, vor allem MinisterInnen für Arbeit und Gesundheit, und die Unternehmen selbst müssen diese Gewerkschaften legitimieren und akzeptieren. Mit Entlassungen von ArbeiterInnen auf die Beteiligung an Gewerkschaftsaktivitäten zu reagieren, darf für Zulieferbetriebe keine Option darstellen. Unterstützt werden können die ArbeiterInnen in Gewerkschaften von den Markenunternehmen: In Bezug auf die Arbeitsrechte haben auch Markenunter-

nehmen ein gewisses Machtpotential, da sie die Produktion verlagern können. So können sie neben den Gewerkschaften Druck auf die Regierungen der Produktionsländer für gerechte Arbeitsbedingungen ausüben (vgl. Maquila Solidarity Network 2009b: 6, Maquila Solidarity Network 2008: 8, 11). Den ArbeiterInnen muss eine Chance gegeben werden und sie selbst sollen diese Chance nutzen, als ökonomisch handelnde Subjekte zur wirtschaftlichen Entwicklung des ganzen Landes Beiträge zu leisten (vgl. Maquila Solidarity Network 2009b: 5).

## **2.7 Zusammenfassung und Ausblick**

Trotz der schlechten und oftmals menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen in den Maquiladoras ist der Arbeitsplatz für viele Frauen ein wichtiger Beitrag zur eigenständigen Existenzsicherung. Es muss Ziel aller beteiligten Interessengruppen im Globalen Produktionsnetzwerk der Bekleidungsindustrie sein, einen würdigen Arbeitsplatz mit Zukunft zu gestalten, der die Menschenrechte und die Bedürfnisse der vorwiegend weiblichen Arbeiterinnen berücksichtigt. Die unterschiedlichen Interessengruppen müssen Verantwortung für die Produktionsbedingungen übernehmen.

Verhaltenskodizes und ihr Monitoring, das von unterschiedlichen möglichst unabhängigen AkteurInnen wie Multistakeholder-Initiativen, Gewerkschaften oder Frauenorganisationen durchgeführt werden kann, stellen eine Notwendigkeit dar. Bei Maßnahmen zur Einhaltung von Arbeitsrechten müssen in Zukunft jedoch auch frauenspezifische Anliegen stärker berücksichtigt werden. Nach den Forderungen verschiedener Frauenorganisationen geht es dabei nicht nur um die Frauen als Arbeitskräfte in den Fabriken selbst, sondern um eine breitere Dimension: Da die soziale Reproduktion meist Aufgabe der Frauen ist, müssen gesamtgesellschaftliche Aspekte stärker berücksichtigt werden. Die Frauen in den Maquiladoras brauchen darüber hinaus auch Unterstützung von internationalen Solidaritätsorganisationen. Dadurch kann die Verhandlungsmacht der Arbeiterinnen in Mittelamerika in ihrem Einsatz für die Einhaltung von Arbeitsrechten gestärkt werden. Nach Meinung von NGOs ist es auch Aufgabe der Zulieferer, dafür zu sorgen, dass bei der Bekleidungsproduktion Gesetze und Verpflichtungen eingehalten werden. Genauso müssen Regierungen, in deren Ländern sich Maquiladoras befinden, ihre Verpflichtungen erkennen und wahrnehmen: Sie sind nicht nur Gesetzgeber sondern auch Gesetzeshüter und müssen dafür sorgen, dass einerseits die geltenden Arbeitsbestimmungen eingehalten werden und andererseits die Bedürfnisse der Menschen des Landes befriedigt werden. Bei dieser erweiterten Sichtweise geht es auch darum, nicht nur die Arbeitsbedingungen in den Maquiladoras zu überprüfen, sondern auch den Arbeitsplatz in der

Maquiladora für Frauen prinzipiell zu hinterfragen und an mögliche Alternativen durch Investitionen in andere Bereiche des Arbeitsmarktes (wie beispielsweise in den öffentlichen Dienst, Betreuungseinrichtungen etc.) zu denken. Zur Aufgabe der Regierungen gehört es auch, Investitionen in Kinderbetreuung, in Transportmöglichkeiten zur Arbeit etc. durchzuführen bzw. zu fördern. Werden die Frauen durch Investitionen unterstützt, wird nachhaltig in die gesamte Gesellschaft eines Landes investiert: Frauen übernehmen großteils die Aufgaben der sozialen Reproduktion und können so einen positiven Einfluss auf die gesellschaftliche Struktur (Ausbildung der Bevölkerung, Gesundheit der Arbeitskräfte etc.) ausüben. Die Arbeiterinnen in den Maquiladoras sollen in Zukunft Mut zeigen. Sie müssen sich für ihre Rechte einsetzen und dabei mit größeren Organisationen und Solidaritätsnetzwerken zusammenarbeiten, um ihr Machtpotential zu erweitern.

Für eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen der Frauen in den Maquiladoras kann in Zukunft nicht nur eine einzige Maßnahme, wie Verhaltenskodizes und ihre Überprüfung, verantwortlich sein. Vielmehr wird es zukünftig darum gehen, dass alle beteiligten AkteurInnen ihre unterschiedlichen Aufgaben wahrnehmen und sich aktiv am Prozess der nachhaltigen Gestaltung der weltweiten Arbeitsbedingungen und der Zukunft ihres Landes beteiligen.

Das letzte Kapitel der Diplomarbeit spannt den Bogen von einer lokalen Dimension hin zur globalen Ebene. In Interviews mit ExpertInnen, die sich in Österreich mit den Problematiken und Herausforderungen in der Bekleidungsindustrie auseinandersetzen, werden Einschätzungen gegeben, wie sich die zukünftige Maquiladora-Industrie gestalten kann und gestalten muss. Wie müssen Frauen in Zukunft nachhaltig in den Produktionsprozess eingebunden werden? Welche Erfolge aber auch Probleme gibt es bei der Zusammenarbeit von NGOs der Industrieländer mit Organisationen des Südens? Welche Möglichkeiten haben KonsumentInnen, sich für die Einhaltung von Arbeitsrechten einzusetzen? Wie kann man SchülerInnen auf dem Weg zu mündigen KonsumentInnen unterstützen?

Konkret wird einerseits auf die aktuellen Entwicklungen des Konsumwahns der Industrieländer nach dem Motto „Ich konsumiere, also bin ich“, andererseits aber auch auf die langsame Entwicklung eines neuen KonsumentInnenbewusstseins eingegangen. Einschätzungen von ExpertInnen sollen helfen, eine abschließende Zusammenfassung abzugeben und Tendenzen in den Entwicklungen der Bekleidungsindustrie darzustellen.

### **3 ExpertInnenmeinungen zu den zukünftigen Herausforderungen in der Maquiladora-Industrie**

Im letzten Kapitel der Diplomarbeit soll die Brücke zu uns KonsumentInnen in den Industrieländern im Norden geschlagen werden. Mit Hilfe von ExpertInneninterviews wird ein Einblick in verschiedene Themenbereiche gegeben, die aus der Literatur kaum ersichtlich sind.

#### **3.1 Zugriff auf Informationen über die ExpertInneninterviews**

In diesem Kapitel wird begründet, wieso die Methode des ExpertInneninterviews zur Einschätzung der zukünftigen Entwicklung der mittelamerikanischen Maquiladora-Industrie gewählt wurde. Erläutert wird auch die Vorgehensweise bei den leitfadenorientierten Interviews sowie die Art und Weise, wie die Gespräche ausgewertet wurden. Abschließend werden die tatsächliche Vorgehensweise und eigene Erfahrungen bei den Interviews den theoretischen Anforderungen gegenübergestellt.

##### **3.1.1 Begründung der Methodenwahl**

Was genau ein ExpertInneninterview ist, lässt sich auf einer allgemeinen Ebene schwer sagen (vgl. Bogner/Menz 2005: 34, Gläser/Laudel 2004: 11). Expertise und damit Expertentum kann unterschiedlich definiert sein: So können einerseits Personen, die in einem bestimmten Arbeitsfeld tätig sind, als ExpertInnen für diesen Tätigkeitsbereich bezeichnet werden. Aber auch ein besonderes Hobby, mit dem sich eine Person intensiv auseinandersetzt, kann einen Menschen zum Experten/zur Expertin machen. Andererseits besteht auch die Möglichkeit als Experte/Expertin bezeichnet zu werden, wenn man in einem sozialen Prozess beteiligt ist und somit dessen Verlauf und Entwicklungen besonders gut kennt. Als Beispiel in Bezug auf die vorliegende Diplomarbeit könnte man als Expertinnen in diesem letzteren Sinne beispielsweise die Arbeiterinnen bezeichnen, die etwa zum Beziehungsverhältnis zwischen Männern und Frauen am Arbeitsplatz der Maquiladora befragt werden. In diesem Fall geht es nicht um die Arbeiterinnen als „Objekt“, sondern als „Zeugen“ eines Prozesses, die über einen sozialen Zusammenhang berichten (vgl. Bogner/Menz 2005: 66, Gläser/Laudel 2004: 9ff).

Im Rahmen dieser Diplomarbeit ist jedoch die erste angeführte Definition von ExpertInnen von Bedeutung: Personen wurden aufgrund ihrer beruflichen Tätigkeit bzw. der Arbeit und dem Engagement bei einer bestimmten Organisation oder einem Unternehmen als ExpertInnen identifiziert und befragt (vgl. Gläser/Laudel 2005: 11). Nicht die Person selbst stand also

im Vordergrund des Gesprächs, sondern ihre Kenntnis von Organisationen und Institutionen. Die Person diene als Medium, um sich Zugang zu eher verschlossenen Themenbereichen zu verschaffen (vgl. Meuser/Nagel 2005: 72). Da die Bezeichnung Experte/Expertin auch immer eine Frage der subjektiven Betrachtung ist, sollten die ExpertInnen, die für die vorliegende Diplomarbeit ausgewählt wurden, zumindest folgende Kriterien erfüllen (vgl. Meuser/Nagel 2005: 73):

Sie sollten bei einer Problemlösung bzw. im Bereich der Kontrolle eines Problems beteiligt sein und Zugang zu Informationen sowohl über die beteiligten Personen als auch die Entscheidungsprozesse besitzen. Durch das Betriebswissen der ExpertInnen werden im Rahmen der ExpertInneninterviews vor allem Informationen gesammelt, die sich (noch) nicht in der Literatur finden. Insbesondere sollten aber auch wichtige Erkenntnisse aus dem Theorieteil einer nochmaligen ExpertInneneinschätzung unterzogen werden (vgl. Meuser/Nagel 2005: 73, 75f).

Die für die Befragung im Rahmen der Diplomarbeit ausgewählten ExpertInnen sind alle im Bereich der Entwicklungsarbeit tätig. Sie arbeiten eng mit Organisationen des Südens zusammen, und/oder betreiben Kampagnen- und Bildungsarbeit für KonsumentInnen des Nordens.

Als weiteres Kriterium für eine erfolgreiche Auswahl der ExpertInnen geben Meuser und Nagel den Ratschlag, die ExpertInnen nicht auf der obersten Ebene einer Organisation oder Institution zu suchen, sondern auf der mittleren Ebene, auf der die meisten Entscheidungsprozesse und Tätigkeiten ablaufen (vgl. Meuser/Nagel 2005: 74).

Noch ein weiterer Aspekt muss beherzigt werden: Gegenseitiger Respekt und wechselseitiges Interesse am Forschungsvorhaben und Arbeitsbereich des Gegenübers bereichern das Gespräch selbst. Besteht Neugierde an den Sichtweisen des Gesprächspartners/der Gesprächspartnerin beiderseits, sind gute Rahmenbedingungen für ein erfolgreiches ExpertInneninterview geschaffen. So können auch Gedanken und interessante Erkenntnisse der/des Interviewers in das Gespräch einfließen, die für den/die interviewte/n ExpertIn spannend sind (vgl. Meuser/Nagel 2005: 79). Außerdem ausschlaggebend für ein erfolgreiches Interview ist eine angenehme Atmosphäre und eine Gesprächsführung, die es den TeilnehmerInnen erlaubt, ihre Gedanken frei zu formulieren und die es verhindert, die Aussagen durch Kommentare des Interviewers/der Interviewerin zu verzerren (vgl. Cropley 2008: 100f).

### **3.1.2 Methode des leitfadenorientierten ExpertInneninterviews**

Zur Unterstützung des ExpertInneninterviews wird ein zuvor ausgearbeiteter Leitfaden empfohlen, damit es für den/die ForscherIn möglich ist, sich einerseits auf die Thematik und die unterschiedlichen Bereiche des Gesprächs vorzubereiten. Andererseits kann so sichergestellt werden, dass sich das Gespräch mit dem/der ExpertIn innerhalb dieses Rahmens bewegt. Nichtsdestotrotz gelten die einzelnen Fragen nur als „Leitfragen“ und dürfen nicht als oberstes Prinzip dienen, wenn beispielsweise andere zum Themenbereich passende interessante Gedanken aufkommen (vgl. Meuser/Nagel 2005: 77f). Der Leitfaden dient also als Gerüst für das Interview, wobei die Reihenfolge der Fragen und deren genauer Wortlaut nicht dem notierten Leitfaden entsprechen müssen (vgl. Gläser/Laudel 2004: 138). Trotz des Leitfadens kann nachgefragt werden und können Fragen umformuliert werden, um das Gespräch möglichst natürlich verlaufen zu lassen (vgl. Hopf 2005: 351).

Im ExpertInneninterview sollte vor allem berücksichtigt werden, dass zwischen den GesprächspartnerInnen besonders zu Beginn eine Atmosphäre eines „normalen Gesprächs“ geschaffen wird. Unterstützt wird diese Atmosphäre durch den „Quasi-ExpertInnen-Status“ des Interviewers/der Interviewerin, bei dem dieser/diese nicht die Rolle eines Laien einnehmen soll. Aufgrund der Auseinandersetzung des Interviewers/der Interviewerin mit dem Forschungsgegenstand im Vorhinein kann eine Gesprächs- und Themenbasis daraus abgeleitet werden (vgl. Pfadenhauer 2005: 118ff). Diese Basis kann über eine Einführung in den Forschungsgegenstand und über einen Bericht über die wichtigsten und spannendsten Erkenntnisse, die der/die ForscherIn durch die Literaturrecherche gewinnen konnte, gefunden werden. Probleme, die sich dennoch ergeben könnten, sind beispielsweise, dass der Interviewer/die Interviewerin bei den Fragen eine zu dominierende Haltung einnimmt und die befragte Person mit ihren Antworten bereits in eine gewisse Richtung lenkt oder dass sich das Zuhören und Abwarten der Antworten für den Interviewer/die Interviewerin als Geduldssprobe herausstellt (vgl. Hopf 2005: 359, Sönke et al. 2009: 39). Eine weitere Gefahr, die durch die Leitfadenorientierung entstehen kann, ist, dass man sich zu sehr an den Leitfaden hält und dadurch das Gespräch einen krampfhaften Verlauf nimmt (vgl. Hopf 2005: 359). Um bei der Interviewsituation möglichst nicht in diese Problemsituationen zu geraten, ist es wichtig, sich dieser bewusst zu sein und auf den Verlauf der Gesprächsführung zu achten.

### 3.1.3 Auswertung

Durch die eher offene Art und Weise der Gesprächsführung, die das ExpertInneninterview kennzeichnet, gibt es grundsätzlich auch verschiedene Möglichkeiten der Auswertung. Wichtig ist, bei der weiteren Arbeit mit den Äußerungen und Gedanken der ExpertInnen gemeinsame Themenblöcke zu finden. Bei der Analyse von Betriebswissen, wie es im Rahmen der Diplomarbeit der Fall ist, geht es bei der Auswertung aber auch darum, Sichtweisen und Interpretationen mit Hilfe der ExpertInnen zu überprüfen (vgl. Meuser/Nagel 2005: 80ff).

Da bei der Untersuchung von Betriebswissen Intonation, Pausen etc. keine Relevanz für die Forschungsfrage und den Untersuchungsgegenstand haben, ist es nicht notwendig, das gesamte Gespräch bis ins kleinste Detail zu transkribieren. Bei der Auswertung dieser Methode ist es sinnvoller, nur wichtige Passagen exakt zu transkribieren, um die ExpertInnenmeinung nicht zu verzerren und die zentralen Informationen und Aussagen, die aus dem Gespräch hervorgehen, zusammenzufassen. Die Paraphrasen sollten sich am Untersuchungsgegenstand und an der Bedeutung für die Forschungsfrage orientieren. Je wichtiger und aussagekräftiger Gedanken sind, desto ausführlicher sollten sie paraphrasiert werden. Zu achten ist in diesem Zusammenhang auf Objektivität bei der Auswahl, auf Vollständigkeit der Übernahme einer Meinungsäußerung, sowie auf eine exakte Übernahme der Terminologie des Experten/der Expertin (vgl. Meuser/Nagel 2005: 83f).

In weiterer Folge werden den Paraphrasierungen Überschriften zugeteilt bzw. werden sie in eine thematische Gliederung zusammengefasst. Ist das Interview nahe am Interviewleitfaden verlaufen, können verschiedene Absätze meist jeweils einer bestimmten Überschrift zugeordnet werden. Unterhalten sich GesprächspartnerInnen sehr frei und mit geringer thematischer Strukturierung, so müssen verschiedene Absätze den gleichen Überschriften zugeordnet werden bzw. einzelne Absätze eventuell auch verschiedenen Überschriften (vgl. Meuser/Nagel 2005: 85f).

Sprechen die verschiedenen ExpertInnen über ähnliche Themenbereiche und Gebiete, bietet sich ein thematischer Vergleich dieser Passagen an, bei dem untersucht werden kann, ob gleiche oder unterschiedliche Standpunkte mit ähnlichen oder verschiedenen Hintergründen vertreten werden (vgl. Meuser/Nagel 2005: 88). Die Sichtweisen und Themenbereiche werden in Kategorien zusammengefasst und eingeteilt und mit theoretischen Konzepten, die aus dem Theorieteil der Diplomarbeit hervorgehen sollen, verknüpft (vgl. Meuser/Nagel 2005: 88f).

### **3.1.4 Eigene Erfahrungen mit der Führung und Auswertung der ExpertInneninterviews**

Wie wurden die Ratschläge der Theorie zum ExpertInneninterview umgesetzt?

Die ExpertInnen der Interviews wurden teilweise bei Veranstaltungen zur Bekleidungsproduktion kennengelernt oder im Zuge der Literaturrecherche oder über Mundpropaganda gefunden.

Als sehr hilfreich stellte sich der Tipp der Literatur heraus, über einen natürlichen Gesprächsbeginn einen Einstieg in das Interview zu gestalten. Mit einer ungezwungenen Unterhaltung über die bisherige Vorgehensweise und die aktuellen Erkenntnisse der Diplomarbeit war schnell eine angenehme Gesprächsatmosphäre geschaffen.

Besonders schwierig war es bei den Interviews selbst, die Antworten der ExpertInnen abzuwarten und ihnen nicht eine vorgefertigte Meinung in den „Mund zu legen“. Durch den Hinweis auf diese Problematik in der Theorie, wurde versucht, möglichst nicht in diese Falle zu tappen.

Der Leitfaden stellte sich als nützlicher Anhaltspunkt für den Verlauf der Gesprächsführung heraus und diente immer wieder dazu, zu überprüfen, ob alle Themen besprochen wurden. Durch den Leitfaden wurde eine strukturierte Gesprächsführung ermöglicht. Außerdem leisteten die zuvor überlegten Fragen einen Beitrag dazu, den Gesprächsfluss aufrecht zu erhalten. Der zuvor ausformulierte Leitfaden vermittelte während des Interviews auch ein Gefühl von Sicherheit und verminderte meine Nervosität.

Bei der Auswertung der Interviews wurden in einem ersten Schritt die Gespräche (ohne Intonation, Pausen etc.) transkribiert. Um einen Überblick über jedes einzelne Interview zu bekommen, wurden die Gespräche inhaltlich zusammengefasst. In einem weiteren Schritt wurden die Zusammenfassungen in thematisch zusammenhängende Passagen strukturiert und verschiedene Kategorien gebildet. Diese Kategorien der einzelnen Gespräche wurden miteinander verglichen und einander gegenübergestellt. So konnten Gemeinsamkeiten und Unterschiede in den Einschätzungen und Meinungen der ExpertInnen herausgearbeitet werden.

### **3.2 Thematische Schwerpunkte der ExpertInneninterviews: Der Interviewleitfaden**

Im folgenden Abschnitt soll der Interviewleitfaden mit seinen drei Themenbereichen (i) Zukunft der Frauen in den Maquiladoras, (ii) Zusammenarbeit zwischen Organisationen aus Ländern des Nordens und des Südens und (iii) Bildungsarbeit im Norden vorgestellt werden.

Wichtig im Rahmen der vorliegenden Diplomarbeit war es, von den ExpertInnen eine abschließende Einschätzung zur Zukunft der Maquiladora-Industrie zu erhalten. Dabei ging es vorwiegend um Themenbereiche, die im Theorieteil mit Hilfe der Literatur nicht bzw. nur schwer erschlossen werden konnten und in die die ausgewählten ExpertInnen durch ihr Arbeitsumfeld einen guten, breit gefächerten Einblick haben.

Drei Themenbereiche waren für das leitfadensorientierte Interview zentral: (i) Einschätzungen über die Zukunft der Frauen, die in den Maquiladoras in Mittelamerika tätig sind/tätig waren, (ii) die Zusammenarbeit zwischen den in Kapitel 2.3 erläuterten Organisationen im Norden und im Süden sowie (iii) Bildungsarbeit in den Industrieländern. Mit Hilfe des Betriebswissens der ExpertInnen sollte mir ein praktischer Zugang zu diesen Themenbereichen eröffnet werden. Je nachdem, aus welchem speziellen Arbeitsfeld der/die InterviewpartnerIn kommt, wurde im Laufe des Gesprächs auf die angesprochenen drei Themenbereiche in unterschiedlicher Tiefe eingegangen. Als Einstieg in das Gespräch bzw. um eine geeignete Gesprächsbasis zu finden, wurden der Forschungsstand näher erläutert, die Auswahl der/des Expertin/en begründet und die Ziele des ExpertInneninterviews vorgestellt.

Der vollständige Leitfaden für das ExpertInneninterview beinhaltet folgende Themenblöcke und Leitfragen:

### **I. Zukunft der Frauen, die in den Maquiladoras Mittelamerikas tätig sind/tätig waren**

Durch das Auslaufen des Multifaserabkommens Ende des Jahres 2004, öffneten sich für China mehr Märkte für den Export von Bekleidungsprodukten. Dadurch und durch den starken Nachfragerückgang in Zusammenhang mit der Weltwirtschaftskrise 2008 kommt es verstärkt zu Abwanderungsprozessen der Maquiladora-Industrie aus Mittelamerika. Einerseits laufen diese Abwanderungsprozesse zwischen den zentralamerikanischen Ländern ab, wenn die Unternehmen von einem Land in ein anderes Land mit billigeren Löhnen abwandern, andererseits wandern Zulieferfabriken zunehmend auch in ostasiatische Länder ab. Vom Boom der Maquiladora-Industrie bis etwa 2005 ist nur mehr wenig zu spüren.

- ✓ Mit welchen neuen Herausforderungen haben die Frauen, die in der Bekleidungsproduktion in den Ländern des Südens tätig sind/waren, durch die Abwanderung von Fabriken zu kämpfen?
- ✓ Wie reagieren die Frauen und Frauenorganisationen auf diese neuen Herausforderungen? Wie gehen sie mit dieser Situation um?
- ✓ Was bedeutet Arbeitslosigkeit für die Frauen? Welche Optionen gibt es für sie? Wie geht die Politik mit der Arbeitslosigkeit der Frauen um?

- ✓ Wie könnten zukünftige, nachhaltige Arbeitsplätze für die Frauen in Mittelamerika ausschauen?
- ✓ In Zusammenhang mit der neuen internationalen Arbeitsteilung, dem liberalisierten Weltmarkt und den Exportproduktionszonen haben sich bestimmte Probleme für Frauen (wie Arbeitsrechtsverletzungen, Jobverlust durch Abwanderung etc.) entwickelt: Sind die Maquiladoras selbst deshalb negativ zu bewerten oder haben sie auch zusätzliche Möglichkeiten und Chancen für die Frauen im Süden gebracht? Wenn ja, welche?
- ✓ Ein Gedankenexperiment: Wenn man die Zeit zurückdrehen könnte: Wo müsste man einhaken bzw. was hätte man wann anders gestalten müssen, um eine faire Globalisierung zu ermöglichen bzw. um den Frauen, die in der Maquiladora-Industrie tätig sind/waren, ein Leben unter würdigen Bedingungen zu ermöglichen?
- ✓ Nun ist die Zeit aber nicht mehr zurückzudrehen und wir befinden uns mitten im Liberalisierungs- und Globalisierungsprozess: Welche Entscheidungen müssen jetzt getroffen werden bzw. wie kann man die weltweite Vernetzung in der Globalisierung gestalten, damit Frauen in den Maquiladoras auch von der Globalisierung profitieren können?

## **II. Zusammenarbeit von Organisationen des Südens und des Nordens**

Zusammenarbeit zwischen den Organisationen des Nordens und Südens funktioniert großteils so, dass die Länder, in die geliefert wird, mit den Organisationen der Produktionsländer zusammenarbeiten. Darüber hinaus schließen sich Organisationen des Südens zusammen, um von unterschiedlichen Erfahrungen profitieren zu können und gemeinsam mehr Macht zu haben.

- ✓ Über welche Kanäle funktioniert die Zusammenarbeit zwischen Norden und Süden im Bereich der Vertretung und Einhaltung von ArbeiterInnenrechten bzw. wie läuft die Zusammenarbeit überhaupt ab?
- ✓ Welche Erfolge und Probleme weist die Zusammenarbeit von Organisationen des Nordens mit Organisationen des Südens auf? Was funktioniert gut in der Zusammenarbeit, was ist verbesserungswürdig?
- ✓ Wie reagieren die Solidaritätsorganisationen auf Verlagerungen von Zulieferfabriken? Kann man parallel zu den Verlagerungen der Zulieferfabriken in den letzten Jahren eine Veränderung in der Zusammenarbeit von Organisationen des Südens mit jenen des Nordens in den letzten Jahren beobachten? Kümmern sich die Solidaritätsorganisationen nur um die ArbeiterInnenrechte in den Ländern, von denen aus das Land des Nordens beliefert wird?

- ✓ Was ist die Aufgabe von „Urgent Actions“ und wie werden sie eingesetzt? In welchen Bereichen sind sie erfolgreich, in welchen nicht?
- ✓ Kümmert man sich auch um die Frauen, die in einem Land arbeiten, das den europäischen Markt nicht beliefert? Gibt es auch hier eine Zusammenarbeit zwischen Europa und diesen Produktionsländern?
- ✓ Wie werden Frauen bei den neuen Herausforderungen, die durch die Verlagerungen bzw. Auflösungen von Zulieferfabriken in Mittelamerika auftreten, unterstützt?
- ✓ Wie wird die Geschlechterthematik, die ja in der Bekleidungsindustrie eine sehr große Rolle spielt, in der Arbeit der Organisationen berücksichtigt? Werden ausschließlich Frauen unterstützt oder auch Männer? Wie sieht der Unterschied in der Unterstützung der Geschlechter aus?
- ✓ Bei den unzähligen Verhaltenskodizes verschiedener Interessengruppen ist es schwierig sich zurechtzufinden: Wie hilfreich sind Verhaltenskodizes? Die Kodizes welcher Interessengruppe unterstützen die Frauen bzw. wer unterstützt die Rechte der Frauen, wer eher jene der Unternehmen und Zulieferer? Wie können die unterschiedlichen Verhaltenskodizes koordiniert werden?
- ✓ Auch in Österreich schien Nike erst im April dieses Jahres wieder negativ in den Schlagzeilen auf. Ein Subunternehmen sperrte willkürlich eine Fabrik in Honduras zu und zahlte ausständige Löhne zwischen 2,2 und 2,6 Mrd. US-\$ nicht an die ArbeiterInnen. Außerdem wurden Krankenversicherungsbeiträge vom Lohn abgezogen, deren Leistungen nie in Anspruch genommen werden konnten. Nike wäscht seine Hände in Unschuld und macht die Subunternehmen verantwortlich für die Zahlungen. Der Grund, der für die Fabrikschließung von Nike angegeben wurde, waren die geringen Aufträge durch die Wirtschaftskrise. Gerade dieser Grund würde die Verantwortlichkeit aber dem Markenunternehmen selbst zuschreiben. Erschwert wird die komplizierte Struktur auch dadurch, dass manche Unternehmen eigene Produktionsstätten haben, wie beispielsweise Russell Athletics, andere wie Nike wiederum an Subunternehmen auslagern (vgl. ORF 2010).  
Wie könnte man diese unterschiedlichen Schuldzuschreibungen und Aufgaben der Verantwortung besser koordinieren und kontrollieren?
- ✓ Welche Verantwortung haben Markenunternehmen oder Zulieferunternehmen gegenüber den ArbeiterInnen (Versicherungen, Weiterbildung ...)?

### III. Bildungsarbeit im Norden

Mittlerweile wissen die KonsumentInnen des Nordens großteils Bescheid, unter welchen Bedingungen ihre Kleidungsstücke in Ländern des Südens produziert werden. Nichtsdestotrotz fühlen sich viele von ihnen oft machtlos und fragen sich, wie sie anders handeln sollen bzw. welche Handlungsmöglichkeiten ihnen zur Verfügung stehen. Besonders in der Schule besteht die Möglichkeit jungen Menschen ein bewusstes Konsumverhalten zu vermitteln und sie über Zusammenhänge und Machtverhältnisse im Globalen Produktionsnetzwerk aufzuklären und zu informieren.

✓ “*[By] me not wearing Nike, [it] isn't going to have a huge effect on this kind of thing,*” he said. *I'm more inclined to get involved in something like this now, but not wearing Nike isn't going to give those people their severance*” (zitiert nach Prentky 2010). Dieser Student spricht davon, dass er von Boykott nichts hält. Verweigert man den Kauf von Produkten eines bestimmten Unternehmens, gibt dies den ArbeiterInnen seiner Ansicht nach bei Abwanderungen von Zulieferfabriken auch ihren Arbeitsplatz nicht zurück. Vielmehr will er sich in Aktionen einbringen und Handlungen setzen.

Diese Aussage eines Studenten in Bezug auf die jüngste von den USA ausgehende Nike-Protestaktion beschreibt die Wirkungslosigkeit von Boykotts bestimmter Unternehmen und die Abneigung gegenüber einem Konsumstopp sehr gut. Welche Möglichkeiten haben nun aber die KonsumentInnen des Nordens, wenn sie sich positiv für die Frauen in Mittelamerika und die neu entstandenen Herausforderungen einsetzen wollen und diese eventuell auch beim Umgang mit den neuen Herausforderungen unterstützen wollen?

- ✓ Was kann man KonsumentInnen raten und empfehlen, die über ihre Kleidungsstücke und deren Produktionsweg besser Bescheid wissen wollen, sich mit der Komplexität in der Bekleidungsproduktion aber überfordert und machtlos fühlen und die ArbeiterInnen somit ihrem eigenen Schicksal überlassen?
- ✓ Wie sind die Trends im Konsum von Bekleidung in den Ländern des Nordens? Wie gestalten die KonsumentInnen ihr Konsumverhalten? Welche Auswirkungen hat das auf die Frauen in der Maquiladora-Industrie in Mittelamerika und in weiterer Folge auf die gesamte Bekleidungsproduktion?
- ✓ Wie soll mit dem Thema der Bekleidungsproduktion in Ländern des Südens und dem Konsumwahn der im Norden lebenden Menschen in der Schule/im Unterricht umgegangen werden? Worauf soll man als Lehrperson achten, was soll man den SchülerInnen vermitteln und wie kann man einen schülerInnenorientierten Zugang zu diesem Thema schaffen?

### **3.3 Die ExpertInnen und Begründung ihrer Auswahl**

Im folgenden Abschnitt werden die ExpertInnen mit ihrem Organisations- und Arbeitshintergrund vorgestellt und dargestellt, welches Fachwissen zu den in der Diplomarbeit angesprochenen Themen von ihnen erwartet wurde. Typischerweise konzentriert sich das Arbeitsfeld der ExpertInnen inhaltlich auf mindestens einen der drei großen Themenbereiche des Interviewleitfadens: (i) Zukunft der Frauen in den Maquiladoras, (ii) Zusammenarbeit von Organisationen im Norden und Süden und (iii) Bildungsarbeit im Norden.

#### **3.3.1 Dr.<sup>in</sup> Ingrid Schwarz vom Verein Südwind NÖ Süd**

Der gemeinnützige Verein Südwind NÖ Süd, den Frau Schwarz leitet, versteht sich als Bildungs-, Forschungs- und Öffentlichkeitsorganisation, der es vor allem um die Bewusstmachung von Themen wie „Nachhaltigkeit“, „Klimaschutz“, „Fairer Handel“, „Umwelt und Entwicklung“, „Partizipation“ und „Menschenrechte“ geht. Die Bildungsarbeit auf verschiedenen Ebenen, wie beispielsweise in Schulen, auf Universitäten oder bei der LehrerInnenfortbildung, steht im Zentrum des Aufgabenbereichs der Organisation. In Workshops und Seminaren sollen die Zusammenhänge zwischen den Ländern des Nordens und des Südens und Handlungsmöglichkeiten für jeden Einzelnen/jede Einzelne aufgezeigt werden. Der Verein Südwind NÖ Süd plant Projekte mit verschiedenen Schulen, wie etwa das Projekt „Clean Clothes“ mit Modeschulen, unterstützt zum Beispiel die Clean Clothes Kampagne bei Kampagnenarbeit, bietet Workshops für Klassen und Jugendgruppen an und organisiert Ausstellungen (zum Beispiel „In 80 Minuten um die Welt“) und Planspiele (vgl. Homepage von Südwind NÖ Süd). Die Vereine Südwind sind autonom, hängen also nur über den Bundesverein mit der Südwind Agentur in Wien bzw. mit den anderen Bundesländern zusammen. In diesem Sinn begreift sich der Verein Südwind NÖ Süd auch als Regionalstelle, für die das „Stillen“ der regionalen Nachfrage an Bildungsarbeit im Vordergrund steht (vgl. ExpertInneninterview mit Frau Schwarz vom 6. Mai 2010).

Frau Schwarz ist die Geschäftsführerin des Vereins Südwind NÖ Süd. Sie ist neben ihrer Tätigkeit bei Südwind auch Lektorin an den Kirchlich Pädagogischen Hochschulen Wien und Krems und am Institut für Geographie und Regionalentwicklung an der Universität Wien, an dem sie Seminare zu gendersensiblen und entwicklungspolitischen Themen hält. Aufgrund des Arbeits- und Forschungshintergrunds von Frau Schwarz in der nachhaltigen Bildungsarbeit war es das vorrangige Ziel herauszufinden, wie sich ein bewusstes Konsumverhalten der Bevölkerung in den Industrieländern ausbilden kann. Verschiedene Handlungsmöglichkeiten

für KonsumentInnen des Nordens wurden erläutert. Die Erfahrungen der Expertin in der Unterrichtstätigkeit boten Möglichkeiten zur Diskussion von Ideen für den Unterricht in der Schule. Konkret ging es dabei etwa um die Aufbereitung des komplexen Themenbereichs der weltweiten Textilproduktion und ihrer Bedingungen (vgl. Homepage von Südwind NÖ Süd).

### **3.3.2 Mag.<sup>a</sup> Kathrin Pelzer und Mag.<sup>a</sup> Petra Steiner vom Verein Frauensolidarität**

Der österreichische Verein Frauensolidarität beschäftigt sich mit Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit zu Frauenthemen in Bezug auf Asien, Lateinamerika und Afrika. Im Zentrum des Aufgabenbereichs des Vereins stehen besonders feministische und entwicklungspolitische Perspektiven auf aktuelle Problemstellungen sowie die Zusammenarbeit zwischen Organisationen des Nordens und des Südens. Da die Frauensolidarität in der entwicklungspolitischen Inlandsarbeit tätig ist, beschäftigen sich die Kampagnen des Vereins mit Informations-, Bewusstseins- und Mobilisierungsarbeit (Diskussionsrunden, Filmfestivals, Workshops, Frauenkalender etc.), die sich sowohl an eine breite Öffentlichkeit als auch an fachspezifische MultiplikatorInnen in den Ländern des Nordens richtet, mit internationaler Vernetzung von Fraueninitiativen und mit politischer Lobbyingarbeit auf nationaler Ebene und EU-Ebene. Neben der Kampagnenarbeit wird eine Bibliothek und Dokumentationsstelle betrieben, die vierteljährliche Zeitschrift „Frauensolidarität“ herausgegeben und die Sendereihe „Globale Dialoge – Women On Air“ auf Radio Orange produziert. Internationaler Austausch mit Rundreisen von Aktivistinnen sowie Vernetzungen mit anderen NGOs oder Gewerkschaften werden ebenfalls organisiert (vgl. ExpertInneninterview mit Kathrin Pelzer und Petra Steiner vom 8. Juni 2010).

Bei den Recherchearbeiten für den Theorieteil der Diplomarbeit wurde die Bibliothek der Frauensolidarität intensiv genutzt. Sie ist auf das Nord-Süd-Verhältnis aus feministischer Sicht mit Schwerpunkt auf Afrika, Asien und Lateinamerika spezialisiert. Auch bei den Fachgesprächen im November 2009 mit zwei Frauen, die über die Maquiladora-Industrie und ihre aktuellen Herausforderungen berichteten, war der Verein mit einigen Mitarbeiterinnen beteiligt bzw. vertreten. Im Mai 2010 wurde die Veranstaltung „Im Schatten des Profits“ mit zwei Frauen, die mit der Bekleidungsproduktion in Honduras in engem Kontakt stehen, organisiert. Im ExpertInneninterview mit Frau Pelzer und Frau Steiner, die beide bei der Frauensolidarität im Rahmen der aktuellen Kampagne „Frauen und Globalisierung: Decent Work for ALL!“ tätig sind, ging es vor allem um eine Einschätzung zur Zukunft der Frauen in der Maquiladora-Industrie. Außerdem konnte ein Einblick in Bereiche der Zusammenarbeit zwischen Orga-

nisationen des Nordens und des Südens gewonnen werden (vgl. Homepage der Frauensolidarität).

### **3.3.3 DI<sup>in</sup> Lisa Muhr von der Fairtrade-Marke „Göttin des Glücks“**

„Göttin des Glücks“ ist eine österreichische Fairtrade-Marke, die bei der Produktion ihrer Bekleidung innerhalb des Globalen Produktionsnetzwerks faire Bedingungen sowohl für die Umwelt als auch für die Menschen als ArbeiterInnen garantiert.

Das Label „Göttin des Glücks“ wurde in zwei verschiedenen Schritten ins Leben gerufen. Die vier UnternehmerInnen von „Göttin des Glücks“ (die Architektin Muhr, eine Theaterwissenschaftlerin mit Modeschulabildung, ein Bildhauer und Performancekünstler sowie eine Textildesignerin) lernten sich auf der Designermesse „Blickfang“ 2005 in Stuttgart kennen. Dort trat jeder/jede mit seinem oder ihrem eigenen Label auf. Es entstand die Idee, etwas Gemeinsames zu entwickeln. Der Gedanke tauchte auf, Wohlfühlmode zum Thema „Danke mir geht`s gut“ zu designen. Vor allem die Idee des „Wohlfühlens“, mit gedruckten Sätzen wie „Danke mir geht`s gut“, wurde von der Öffentlichkeit sehr gut aufgenommen. Als bereits 200 bis 300 Stück für die Winterkollektion selbst genäht werden mussten, wurde die Produktion in die Slowakei ausgelagert. Die Stoffe für die Produktion kamen aus Portugal.

Die Namensfindung der Marke gestaltete sich als schwieriger Prozess, weil sich die DesignerInnen nicht einigen konnten bzw. anfangs keine Ideen für einen passenden Namen hatten. In einer Zeitschrift wurde ein Abriss über GöttInnenmythologie mit dem Spruch „Die Göttin des Glücks kommt nur dann, wenn sie Lust dazu hat“ gefunden. „Göttin des Glücks“ sollte der Name ihrer Marke werden.

Der zweite wichtige Schritt in der Geschichte der Etablierung der Marke erfolgte im Sommer 2006. Die Stückzahl wurde mehr und die DesignerInnen mussten sich zwischen ihren eigenen Linien und der Marke „Göttin des Glücks“ entscheiden. Die DesignerInnen sahen die Umstellung auf eine Produktion mit Fairtrade-Prinzipien und mit Biobaumwolle als ihr Zukunftskonzept an. Die Fortführung des Labels mit einem neuen Konzept wurde beschlossen, Strukturen eines Unternehmens eingeführt und der Gedanke der ökosozialen Mode weiterentwickelt und umgesetzt. Die Kooperation mit EZA Fairer Handel (Entwicklungszusammenarbeit) ermöglichte es den DesignerInnen, auf eine ökosozial faire Produktionskette vom Baumwollfeld über die Spinnerei, Strickerei, Färberei bis hin zum EZA Handelspartner Craft Aid auf Mauritius für die Konfektion zuzugreifen (vgl. ExpertInneninterview mit Lisa Muhr vom 19. Mai 2010).

EZA Fairer Handel GmbH ist eine österreichische Importorganisation, die Kleinbauernorganisationen und kleinen HandwerkerInnen Marktzugänge bietet und für Transparenz in den Produktionsbedingungen sorgt. Die Produkte von EZA sind mit dem Fairtrade Gütesiegel zertifiziert. EZA Fairer Handel beliefert mit seinen Produkten nicht nur die Weltläden, Naturkostfachhandel, Aktionsgruppen und Institutionen, sondern auch Lebensmittelketten (vgl. Homepage von EZA Fairer Handel GmbH).

Das Unternehmen „Göttin des Glücks“ entstand aus Spaß und reiner Nebenbeschäftigung. Mit der (finanziellen) Verantwortung und den zusätzlichen Strukturen eines Unternehmens verabschiedete sich laut Muhr der Spaß an der Sache etwas und es entwickelte sich ein Unternehmen mit sozialen, ökologischen und ökonomischen Verpflichtungen und Verantwortungen. Mittlerweile haben (finanzieller) Druck und Businessaktivitäten eines richtigen Unternehmens bei „Göttin des Glücks“ Einzug gehalten (vgl. ExpertInneninterview mit Lisa Muhr vom 19. Mai 2010).

Die studierte Architektin Muhr ist eine der vier DesignerInnen von „Göttin des Glücks“ und im Unternehmen für die Bereiche Public Relations und Marketing zuständig.

Im Interview mit Muhr ging es einerseits um die persönlichen Erfahrungen der DesignerInnen in Bezug auf die von ihnen entworfenen Kleidungsstücke und andererseits um ihren persönlichen Zugang zu fair gehandelter Mode. Daraus ergaben sich interessante Handlungsanweisungen und neue Möglichkeiten für die Schaffung eines kritischen Bewusstseins bei den KonsumentInnen des Nordens. Andererseits wurde im Gespräch auch die Chance genutzt, die Zusammenarbeit, in diesem Fall jene zwischen DesignerInnen im Norden und NäherInnen im Süden, anzusprechen und herauszufinden, wie in dieser Beziehung im Sinne der Solidarität zusammengearbeitet wird (vgl. Homepage von Göttin des Glücks).

### **3.3.4 Mag. Stefan Kerl von der Clean Clothes Kampagne Österreich**

Die europaweite Clean Clothes Campaign mit Sitz in Amsterdam in den Niederlanden hat in vielen europäischen Ländern, so auch in Österreich, Zweigstellen. Sie setzt sich für Verbesserungen der Arbeitsbedingungen in der Bekleidungs- und Sportartikelproduktion ein und will mit Hilfe von KonsumentInnendruck in den Ländern des Nordens den ArbeiterInnen mehr Macht innerhalb des Globalen Produktionsnetzwerks verleihen. Durch Druck auf Markenfirmen und eine darauf aufbauende Zusammenarbeit mit den Unternehmen soll eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen im Produktionsnetzwerk erzielt werden. Dabei setzt die Clean Clothes Kampagne vor allem auf persönliche Betroffenheit der KonsumentInnen in Ländern

des Nordens. Diese sollen ein Bewusstsein für die Bekleidungsproduktion in den Ländern des Südens entwickeln. Durch Lobbyingarbeit sollen Regierungen und Markenunternehmen angehalten werden, gesetzliche und sonstige Rahmenbedingungen für bessere (ethische) Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsproduktion zu schaffen. Clean Clothes informiert die Öffentlichkeit darüber, wenn in Zulieferbetrieben von Markenunternehmen Arbeitsrechtsverletzungen vorliegen. Dadurch soll Bewegung in das Denken und das Bewusstsein von KonsumentInnen gebracht werden. Ein wichtiges Instrument, mit dem die Clean Clothes Kampagne arbeitet, sind die „Urgent Actions“. Bei diesen Aufrufen geht es darum, dass Telefon-/Brief-/Fax- oder E-Mail-Aussendungen von KonsumentInnen mit einem Vordruck der Clean Clothes Kampagne an Unternehmen geschickt werden, in denen Arbeitsrechtsverletzungen stattfinden. Außerdem arbeitet die Clean Clothes Kampagne bei Überprüfungsinitiativen, so genannten Multistakeholder-Initiativen, mit, um ein Kontrollsystem für die Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsproduktion zu entwickeln und in weiterer Folge auch umzusetzen (vgl. Homepage der Clean Clothes Kampagne).

Stefan Kerl war von 2003 bis 2005 Koordinator der Clean Clothes Kampagne und ist derzeit Bereichskoordinator der Kampagnen der Südwind-Agentur und Projektleiter der EU-Projekte „Fashioning an Ethical Industry“ und „CSR-Prozesse“ (vgl. Homepage der Südwind-Agentur).

Aufgrund des Arbeitshintergrunds und der Erfahrung von Kerl wurde im Gespräch vor allem Einblick in die Zusammenarbeit zwischen Organisationen des Nordens und Südens gewonnen und die Möglichkeiten für KonsumentInnen des Nordens aufgezeigt, wie auch sie sich für Verbesserungen bei den Arbeitsbedingungen bei der Sportartikel- und Bekleidungsproduktion einsetzen können (vgl. Homepage der Clean Clothes Kampagne).

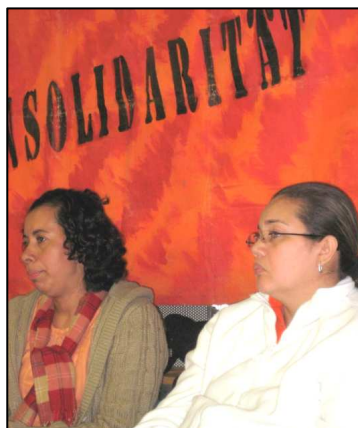
### **3.3.5 Die Aktivistinnen Gina Cano und Carla Erazo aus Honduras**

Im Mai 2010 organisierte die Frauensolidarität anlässlich der Fußballweltmeisterschaft in Südafrika eine Veranstaltungsreihe an verschiedenen Orten in Österreich (Graz, Wiener Neustadt, Perchtoldsdorf, Wien) mit zwei honduranischen Frauen aus der Maquiladora-Industrie (siehe auch Abbildung 6). Gina Cano und Carla Erazo begaben sich im Auftrag der Monitoring-Organisation EMIH auf die Reise. Organisiert von der Christlichen Initiative Romero absolvierten die beiden Frauen auch ein Veranstaltungsprogramm in Deutschland.



**Abbildung 6: Veranstaltung „Im Schatten des Profits“  
am Institut für Geographie & Regionalforschung**

(Quelle: Frauensolidarität)



**Abbildung 7: Die Aktivistinnen Carla Erazo und Gina Cano aus Honduras**

(Quelle: Frauensolidarität)

EMIH betreibt unabhängiges Monitoring von Arbeitsrechten. Die Organisation informiert über die arbeitsrechtliche Lage der Frauen und bildet in Workshops weiter. Außerdem werden Untersuchungen über den Arbeitsmarkt und die Arbeitsverhältnisse im Agrarsektor und in der Maquiladora-Industrie durchgeführt (vgl. Homepage von EMIH).

Gina Cano ist eine Ex-Arbeiterin des Zulieferbetriebs Hugger in Honduras, der beispielsweise für Adidas und Nike nähte. Auch Carla Erazo arbeitete kurze Zeit in einer Maquiladora, ist nun aber eine Vertreterin der unabhängigen Monitoring-Organisation EMIH. Die beiden Aktivistinnen berichteten im Rahmen der Veranstaltung der Frauensolidarität über die Arbeitsbedingungen in Zulieferbetrieben von Adidas und Nike in Honduras (siehe Abbildung 6 und Abbildung 7). Sie diskutierten einerseits ihre eigenen Möglichkeiten, sich gegen Arbeitsrechtsverletzungen und Fabrikschließungen zu wehren, schlugen aber andererseits auch Handlungsmöglichkeiten für KonsumentInnen in Ländern des Nordens vor. Die Chance, mit Ex-

perinnen aus Honduras direkt in Kontakt treten zu können, wurde von mir vor allem genutzt, um Fragen zur Zukunft der Frauen in der Maquiladora-Industrie zu stellen und etwas über die Handlungsoptionen der Frauen selbst zu erfahren. Außerdem wurden die Erwartungen der Frauen im Süden an die anderen beteiligten AkteurInnen im Globalen Produktionsnetzwerk der Bekleidungsindustrie, wie Unternehmen und KonsumentInnen, diskutiert.

### **3.3.6 Werner Hörtner vom Südwind Magazin und vom Clean Clothes Rundbrief**

Das Südwind Magazin stellt einen Aufgabenbereich der Südwind Agentur dar und ist zuständig für Informationsarbeit. Eine andere wichtige Tätigkeit der Südwind Agentur ist die Bildungsarbeit. In diesem Bereich werden Workshops mit Schülerinnen und Schülern durchgeführt und Fortbildungsseminare für LehrerInnen an der Pädagogischen Hochschule organisiert (vgl. ExpertInneninterview mit Werner Hörtner vom 9. Juni 2010).

Die Clean Clothes Kampagne nahm ihre Anfänge in Österreich Ende des Jahres 1996. Einige österreichische TeilnehmerInnen eines großen Seminars in Deutschland zum Thema Bekleidungsproduktion und auch Werner Hörtner entschieden sich, in Österreich ebenfalls Öffentlichkeitsarbeit in diesem Bereich zu leisten. Anfangs war die Clean Clothes Kampagne in Österreich finanziell und personell sehr eingeschränkt. Die Organisation konnte aber von Beginn an auf guten Rückhalt in der Bevölkerung zählen und wurde schnell größer. Bald konnte man Personen aus Zentralamerika empfangen, die über Clean Clothes Deutschland eingeladen wurden. Anfangs bestand die Arbeit vor allem aus Veranstaltungen mit Besuchen aus den Produktionsländern und Öffentlichkeitsarbeit. Zusätzlich wurde auch versucht, die Besuche und Berichte in die Medien zu bringen. Ein weiteres Ziel war, andere Organisationen für eine Mitarbeit zu gewinnen. Besonders aus dem katholischen Bereich konnte man einige Organisationen von einer Zusammenarbeit überzeugen.

Boykott stellte schon in den Anfängen der Arbeit von Clean Clothes keine Möglichkeit zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen der ArbeiterInnen dar. Da die finanziellen Mittel aber sehr gering waren, konnte man keine Materialien etc. für Kampagnenarbeit oder erweiterte Informationsarbeit drucken lassen. 1997 gab es immerhin bereits ein erstes Seminar in Österreich zum Thema der Arbeitsbedingungen bei der Bekleidungsproduktion, das von Clean Clothes organisiert wurde (vgl. ExpertInneninterview mit Werner Hörtner vom 9. Juni 2010). Werner Hörtner ist seit 1990 Redakteur für das Südwind-Magazin mit dem Schwerpunkt Lateinamerika und schreibt außerdem für die Zeitschrift „Lateinamerika anders“. Weiters ist er Mitbegründer der „Informationsgruppe Lateinamerika“. Auch die Anfänge der Clean Clothes

Kampagne in Österreich erlebte Werner Hörtner mit. Er verfasst immer noch Artikel für den Clean Clothes Rundbrief.

Im ExpertInneninterview mit Werner Hörtner standen die geschichtliche Entwicklung der Maquiladoras, in diesem Fall besonders die Debatte um die Arbeitsrechte in den Nähfabriken, und die Veränderungen in der Organisationszusammenarbeit im Vordergrund. Durch das Gespräch mit Werner Hörtner wurden Veränderungen in Bezug auf die Bedeutung der Maquiladoras für die mittelamerikanischen Ländern klarer. Das erleichterte es, Zusammenhänge besser zu verstehen und zukünftige Handlungsmöglichkeiten abzuleiten (vgl. Homepage der Südwind Agentur).

### **3.4 Zur Zukunft der Maquiladora-Industrie**

Bei der Auswertung der ExpertInneninterviews stehen Prognosen zur Zukunft der ArbeiterInnen in den mittelamerikanischen Maquiladoras und mögliche Lösungsansätze für verbesserte Arbeitsbedingungen im Vordergrund. Wie sehen nun aber die zukünftigen Entwicklungen für die ArbeiterInnen in den mittelamerikanischen Maquiladoras aus? Wie groß ist die Krise im Moment tatsächlich? Welche Ursachen werden thematisiert? Wie reagieren die Frauen darauf? Wie lassen sich die Arbeitsbedingungen unter den derzeitigen Rahmenbedingungen verbessern? Wie ist die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen AkteurInnen zu gestalten, damit die Arbeitsbedingungen der Frauen verbessert werden? Wie erfolgreich ist die Zusammenarbeit zwischen Organisationen aus Ländern des Nordens und des Südens? Was könnte man in der Vernetzungsarbeit noch verbessern?

Kritisch diskutiert wird von den ExpertInnen auf alle Fälle die Popularität der Verhaltenskodizes und der Corporate Social Responsibility (CSR). Welche Möglichkeiten der Einflussnahme auf die Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie halten die ExpertInnen für sinnvoll? Wie kann die Einhaltung von Arbeitsrechten wirksam überprüft werden? Welche Rolle spielt die Bildungsarbeit in Schulen?

Um die Aussagen besser einordnen zu können, wurden die verschiedenen Standpunkte mit den Personen und ihrem Organisationshintergrund vermerkt. Weitere Quellen, wie Literatur, Internet und Abbildungen ergänzen die Meinungen der ExpertInnen.

#### **3.4.1 Zukunft der Frauen, die in den Maquiladoras tätig sind oder tätig waren**

Sind Maquiladoras grundsätzlich gut oder schlecht? Welche Vorschläge gibt es, um Frauen, die in den Maquiladoras tätig sind oder tätig waren, eine positive Zukunft zu ermöglichen?

Die ExpertInnen zeigen auf, was wichtig wäre, um unter veränderten Rahmenbedingungen adäquate Arbeitsbedingungen sicherzustellen.

**Maquiladoras sind nicht eindeutig als positiv oder negativ zu beurteilen. Einerseits bieten die Nähfabriken den Frauen in Mittelamerika eine neue Form von Arbeitsplätzen, andererseits betreiben wirtschaftlich starke Länder (bzw. Markenunternehmen aus diesen) mit diesem Instrument Wirtschaftswachstum auf Kosten ökonomisch schwächerer Länder.**

Während Hörtnier im Interview primär die kritische Wahrnehmung und Auffassung in den 1980er Jahren in den Ländern des Nordens ansprach, thematisierte Steiner zusätzlich auch die Chancen und Möglichkeiten, die sich für die Frauen durch die Arbeit in den Maquiladoras ergeben.

Wie Hörtnier darlegte, sahen MitarbeiterInnen von NGOs in Österreich von Beginn an die Maquiladora-Industrie sehr kritisch. In den Freihandelszonen würden nationale ökologische und soziale Rechte nicht berücksichtigt und der Staat würde für die Zonen Steuerbefreiungen erlassen. Forderungen oder Kampagnen gab es in den 1980er Jahren nach Hörtnier wegen zu geringer personeller und finanzieller Ressourcen aber noch nicht.

In Ergänzung dazu diskutierte Steiner von der Frauensolidarität auch die Chancen und Möglichkeiten, die die Arbeitsplätze in den Maquiladoras für die Frauen bringen: Durch die Arbeit in den Fabriken erreichen viele Frauen eine andere Position innerhalb der Familienstrukturen und können eine Art Ernährerinnenrolle einnehmen. Nach Steiner sind Feminizide, sprich Serienmorde an unbekanntem Frauen durch Männer wie etwa in letzter Zeit vermehrt in Lateinamerika, eine Antwort auf die neue Rolle der Frauen. Sie berichtete von einer Untersuchung zum Feminizid in Juarez: Die jungen Frauen, die ihre gewonnene Unabhängigkeit lebten, wurden seitens der stark machistisch-partriarchalisch strukturierten Gesellschaft als Provokation wahrgenommen. Die serienmäßigen Morde an Maquila-Arbeiterinnen in den letzten Jahren können nach Einschätzung von Steiner auch mit den sich verändernden Rollen der Frauen durch ihre Erwerbstätigkeit in Verbindung gebracht werden. Das Phänomen des Feminizids ist aber sicherlich nur multikausal zu erklären und hat auch mit einer allgemeinen Militarisierung der Gesellschaften z.B. Guatemalas zu tun. Der Umgang mit den Opfern der Morde spiegelt aber auch die Stellung der Arbeiterinnen und den Umgang mit ihnen in den Maquilas wider: Sie werden wie Ware gehandelt, die scheinbar achtlos weggeworfen werden kann.

Im Hinblick auf den internationalen Handel geht es nach Steiner darum, zu analysieren, wie ökonomisch starke Länder auf ökonomisch schwache Länder zugehen. Welche Interessen vertreten wirtschaftlich starke Länder im Handel mit wirtschaftlich schwächeren Ländern? Wer gewinnt an Wohlstand auf Kosten von wem? Besonders Frauen, die von Unternehmen als billige, flexible und global verfügbare Arbeitskräfte angesehen werden, sind von Maßnahmen zur Liberalisierung des Handels, wie den Maquiladoras, oft negativ betroffen.

**In einem ersten Schritt müssen Markenunternehmen Verantwortung dafür übernehmen, dass bei der Bekleidungsproduktion die Arbeitsrechte der ArbeiterInnen eingehalten werden.**

In dieser Argumentation sind sich die beiden Expertinnen aus Honduras Cano und Erazo und Hörtnert und Kerl stellvertretend für die Clean Clothes Kampagne einig. Lediglich Muhr von der Marke „Göttin des Glücks“ sieht als Unternehmerin einen Teil der Verantwortung auch beim Management des Zulieferbetriebs.

Cano und Erazo fordern von Markenunternehmen bei Arbeitsrechtsverletzungen, beispielsweise nach Fabrikschließungen, Verantwortung zu übernehmen. Das Beispiel der Produktionseinstellung bei Hugger in Honduras von Gina Cano zeigt die Probleme auf, mit denen Frauen bei Fabrikschließungen konfrontiert sind:

Trotz gewerkschaftlicher Organisation ist es schwierig, ein „Monster“ wie Nike in die Verantwortung zu nehmen. Obwohl die ArbeiterInnen 13 Jahre für Nike arbeiteten und zum Profit des Markenunternehmens beitrugen, sah es das Unternehmen nicht als seine Aufgabe an, für ausständige Zahlungen aufzukommen.

Nach Erazo und Cano bilden Markenunternehmen den „Kopf“ der Wertschöpfungskette und geben die Produktion von Kleidungsstücken in Auftrag. Sie tragen somit Verantwortung für die Bedingungen bei der Produktion. Außerdem müssten nach Ansicht der Frauen auch die globalen Markenunternehmen darauf schauen, dass sie sich an ihre unterschriebenen Standards in ihren Verhaltenskodizes halten.

Auch Kerl und Hörtnert von Clean Clothes sehen die Verantwortung für menschenwürdige Arbeitsbedingungen bei den Markenunternehmen, die den Zulieferbetrieben eine Produktion ohne zeitlichen und finanziellen Druck ermöglichen müssen. Obwohl schwierig, ist es laut Hörtnert unerlässlich, dass große Markenunternehmen auf die Einhaltung der Arbeitsrechte in Zulieferbetrieben achten, auch wenn es beispielsweise sehr viele verschiedene Fabriken sind.

Für Muhr als Vertreterin der Fairtrade-Modemarke „Göttin des Glücks“ ist klar, dass sie als Unternehmerin bei Arbeitsrechtsverletzungen in den produzierenden Fabriken neben dem Management des Zulieferbetriebs auch eine Teilschuld tragen würde. Die personellen und

finanziellen Ressourcen der Fairtrade-Marke sind jedoch knapp, weshalb die einzelnen Zulieferbetriebe nicht selbst kontrolliert werden können. „Göttin des Glücks“ greift aber auf ein von der EZA geprüftes „System“ einer Produktionskette zurück. Muhrs Ansicht nach muss man sich auf die Überprüfung der einzelnen beteiligten Betriebe durch die EZA verlassen können.

Problematisch ist es laut Cano, dass VertreterInnen großer Markenunternehmen selten genauere Informationen über ihre Produktionsstätten haben. Durch Auslagerungen der Produktion entziehen sie sich der Verantwortung und geben diese an Zulieferbetriebe weiter. Im Gegensatz dazu hebt Muhr als Unternehmerin der Fairtrade-Marke den regelmäßigen Kontakt zum Produktionsbetrieb auf Mauritius hervor. Man kennt sich. Bei Problemen, wie beispielsweise Nichteinhaltung von Lieferterminen, kann daher relativ einfach Rücksprache mit dem Zulieferer gehalten werden.

**Um die Arbeitsbedingungen der Frauen in der Bekleidungsproduktion in Mittelamerika langfristig zu verbessern, müssen alle AkteurInnen im Globalen Produktionsnetzwerk Verantwortung übernehmen und ihren möglichen Beitrag zu menschenwürdigen Arbeitsplätzen leisten.**

Hier sind sich die ExpertInnen Hörtnner, Muhr sowie Steiner und Pelzer einig. Nur in der Präzisierung der Umsetzungsmöglichkeiten gibt es unterschiedliche Argumentationsweisen.

Nach Muhr sind für verbesserte Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsproduktion, den Abbau des Konkurrenzdrucks zwischen den Zulieferbetrieben und eine Vergrößerung des Nischensektors von ökosozialer Mode vier AkteurInnen verantwortlich: UnternehmerInnen, Medien, KonsumentInnen und PolitikerInnen. Nicht nur eine AkteurInnengruppe kann ausschlaggebend für Verbesserungen bei der Einhaltung der Arbeitsrechte sein, sondern eine gemeinsame Bewegung in Form eines Netzwerks muss in Gang gesetzt werden. Muhr beschrieb diese Bewegung als zähen, langsamen Prozess. Weder KonsumentInnen noch Politik werden Muhrs Ansicht nach alleine einen Schritt in Richtung ökologisch und sozial fair produzierter Mode machen. Markenunternehmen müssen ihr Angebot auf Fairtrade-Mode umstellen. Diese Marken sollen sich gegenseitig anstecken bzw. Vorbilder für einander sein. Zukunftsträchtiges Potential sieht Muhr außerdem in der Arbeit der Medien, da diese große Macht besitzen, KonsumentInnen zu sensibilisieren und zu mobilisieren. Sie verweist in diesem Zusammenhang auf den Boom des Begriffs „Nachhaltigkeit“ seit 2006/2007. Ohne Informations- und Aufklärungsarbeit durch die Medien würden die KonsumentInnen kaum ihre Einstellung ändern. Bedeutend ist aber auch die Forderung der Einhaltung von Arbeitsrechten

von Seiten der KonsumentInnen an Markenunternehmen. Muhr argumentierte, dass Markenunternehmen nur auf Druck der KonsumentInnen zur Kenntnis nehmen, dass ökologische und soziale Standards (nach)gefragt sind und die Unternehmen gegenüber ihren KundInnen Verpflichtungen haben. Die Politik bezeichnete Muhr als zähste beteiligte Gruppe, obwohl diese ihrer Ansicht nach besondere Verantwortung dafür tragen müsste. Von der Politik in den Ländern des Nordens fordert die Designerin in Zukunft Steuererleichterungen für Unternehmen, die in ihrem Wirtschaften CSR (Corporate Social Responsibility) Maßnahmen implementieren und soziale und ökologische Kriterien einhalten.

Steiner und Pelzer thematisierten vor allem den zunehmenden Rückzug des Staates und der Regierungen aus der Wirtschaft (vgl. auch WIDE 2010: 8, 21). Wie Hörtnner am Beispiel Chile zeigt, hätten auch die Regierungen durchaus Machtpotential, sich für die Einhaltung der Arbeitsrechte einzusetzen (siehe unten). So wie Muhr fordern Steiner und Pelzer Verantwortung von Seiten aller AkteurInnen im Globalen Produktionsnetzwerk. Die Expertinnen von der Frauensolidarität führen eine Reihe sehr konkreter Maßnahmen an, um die Arbeitsbedingungen auf internationaler Ebene in der Bekleidungsproduktion zu verbessern: Eine langfristig anzustrebende Lösungsmöglichkeit sind verbindliche Regelungen auf globaler Ebene. NGOs können nach Steiner und Pelzer nur eingeschränkt die Kontrollfunktion übernehmen, da die Ressourcen dafür nur unzureichend vorhanden sind. Die Frauensolidarität fordert deshalb einheitliche, verpflichtende Regelungen im Bereich der Arbeitsrechte auf einer internationalen Ebene, die mit Sanktionen verbunden sind. Die Verantwortung für ein solches Regelwerk liegt nicht bei einer einzigen Interessengruppe. Veränderungen können nur entstehen, wenn KonsumentInnen und BürgerInnen ihre Rechte einfordern und PolitikerInnen ihre Hauptaufgabe darin sehen, für ein funktionierendes Gemeinwohl zu sorgen. Ein konkreter Ansatzpunkt ist in diesem Zusammenhang, dass es beim Wechsel von Führungskräften zwischen politischem und wirtschaftlichem Arbeitsfeld bindende „Ruhefristen“ gibt, um einseitige Lobbying-Interessen einzudämmen.

Mittelfristige Maßnahmen für eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsproduktion müssen nach Einschätzung von Pelzer so aussehen, dass eine Umverteilung weg von der starken Ausrichtung auf Exportproduktion stattfindet. Pelzer spricht dabei die Ressourcenproblematik an. Ressourcen der Länder des Südens werden für die Exportproduktion verwendet. Für die eigene Bevölkerung werden keine Güter eingeplant. Die Kaffeeproduktion in Afrika geht beispielsweise zu einem großen Teil in den Export, für die Bevölkerung selbst bleibt nur wenig davon übrig. Den ausländischen Unternehmen wird Zollfreiheit gewährt, von inländischen Unternehmen werden aber Steuern eingehoben. Die Frauensolida-

rität vertritt die Meinung, dass die EU Freihandelsabkommen und damit verbundene Wettbewerbsvorteile für ausländische Unternehmen nicht auf Kosten ökonomisch schwächerer Länder durchsetzen darf. Pelzer betonte, dass die EU im Namen und im Interesse Österreichs handelt, weil auch österreichische PolitikerInnen (Finanzminister, Bundeskanzler etc.) Verträge und Gesetze auf EU-Ebene unterzeichnen. Die BürgerInnen nehmen die EU großteils aber nicht als Instanz wahr, die Regelwerke, wie beispielsweise Handelsabkommen, schafft. Aus diesem Grund fordert sie Bewusstseinsarbeit über die Interessen und Regelwerke der EU ein. So erhalten auch die BürgerInnen einen Einblick in den internationalen Handel, können sich eine Meinung bilden und ihre Interessen vertreten.

Kurzfristige Handlungsmöglichkeiten für KonsumentInnen in Ländern des Nordens, um Frauen in Ländern des Südens dabei zu unterstützen, sich für ihre Arbeitsrechte einzusetzen, sind die Beteiligung an Kampagnen und Petitionen mit Unterschriften. Mit dieser schnell wirkenden Maßnahme kann versucht werden, dass beispielsweise nach Fabrikschließungen die noch ausstehenden Zahlungen an die Ex-ArbeiterInnen durchgeführt werden.

Georgios Zervas, Autor des Buches „Global Fair Trade“, unterstützt die Ansichten der Expertinnen Muhr, Pelzer und Steiner. Er vertritt die Meinung, dass eine langfristige, zukunftsorientierte Wirtschaftsform, die auch soziale und ökologische Kriterien verfolgt, nur dann möglich ist, wenn die Regelwerke und Abkommen gemeinsam von Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft überlegt und umgesetzt werden (vgl. Zervas 2008: 100f). Laut Zervas liegt das Problem darin, wie auch die Frauensolidarität anmerkt, dass die Politik gegenüber der Wirtschaft immer mehr an Macht und Einfluss verliert. Zervas und die Frauensolidarität fordern von der Politik, Gesetze einzuführen, die den ökologischen und sozialen Kriterien entsprechen. Dafür müssen aber auch die Unternehmen in Zukunft Verantwortung zeigen und soziale und ökologische Standards anerkennen und umsetzen (vgl. Frauensolidarität 2008: 35, Zervas 2008: 102).

### **Die PolitikerInnen und Regierungen der Länder Mittelamerikas bieten den Frauen weder Unterstützung bei Arbeitsrechtsverletzungen noch alternative Arbeitsplätze nach Fabrikschließungen oder Verlagerungen von Fabriken an.**

Die Frauen aus Honduras und Hörtner sehen das sehr ähnlich. Cano und Erazo argumentierten, dass die PolitikerInnen in Honduras großteils auch wichtige und mächtige Personen in der Wirtschaft sind. Die Interessen der ArbeiterInnen kommen in dieser Konstellation zu kurz. Wie Erazo ausführte, muss man mit einem langen und zähen Prozess von ein bis zwei Jahren Dauer rechnen, wenn man sich nach Arbeitsrechtsverletzungen an die Regierung wendet. Eine

schnellere Reaktion zeigen nach Ansicht von Cano und Erazo Kampagnen von NGOs, die auf Druck von KonsumentInnen aufbauen.

Auch laut Hörtnner ist es illusorisch, von Regierungen Maßnahmen gegen Arbeitsrechtsverletzungen zu erwarten. Zumindest in den Anfängen der Maquiladora-Industrie waren diese glücklich, Arbeitsplätze für die Bevölkerung geschaffen zu haben. Hörtnner sieht eine Chance auf Verbesserungen in den Arbeitsbedingungen, wenn sich Regierungen dafür einsetzen und Verantwortung übernehmen. Als Beispiel berichtete er von deutlichen Verbesserungen in der Textilproduktion in Chile aufgrund von strengeren Arbeitsrechten und Kontrollen unter der sozialistischen Präsidentin Bachelet in den letzten Jahren.

**Fabrikschließungen im Zuge der aktuellen Verlagerungen der Produktion stellen Frauen vor folgende Alternativen: Entweder die Frauen migrieren für einen neuen Arbeitsplatz, finden eine Beschäftigung im informellen Sektor oder sie sind politisch aktiv und setzen sich für ihre Rechte ein.**

Die Erfahrungen der Frauen aus Honduras stimmen in diesem Zusammenhang mit den Untersuchungen und Einschätzungen der Vertreterinnen der Frauensolidarität Pelzer und Steiner überein. Cano berichtete aus eigener Erfahrung, dass in den Krisenzeiten, die die mittelamerikanische Maquiladora-Industrie derzeit durchläuft, Frauen bei der Arbeit in den Fabriken einem stärkeren Druck ausgesetzt sind: Die Ziele werden höher gesteckt. In weniger Zeit müssen daher Produkte besserer Qualität hergestellt werden. Auch ein Positionspapier von WIDE (Netzwerk Women in Development Europe) über die Auswirkungen der Finanzkrise auf die Frauen weist darauf hin, dass Frauen in exportorientierten Fertigungsbetrieben von der Rezession stark betroffen sind und der Druck auf die Arbeiterinnen erhöht wird. Unter dem Vorwand der Krise ist es auch leichter, die ohnehin niedrigen Löhne nochmals zu kürzen. Frauen versuchen in weiterer Folge diesen geringeren Lohn mit zusätzlichen Tätigkeiten (z.B. im Haushalt, Kinderbetreuung etc.) auszugleichen und sind infolgedessen einer zunehmenden psychischen und physischen Belastung ausgesetzt (vgl. WIDE 2010: 21).

In der Krise erhöht sich nicht nur der Druck am Arbeitsplatz, Frauen verlieren bei Fabrik-schließungen ihren Arbeitsplatz auch ganz. Am Beispiel Hugger wird veranschaulicht, wie Zulieferbetriebe und Markenunternehmen in Krisenzeiten agieren: Hugger produzierte für Nike, Adidas, Tommy, anvil und Hanes und stellte 1200 ArbeiterInnen an. Die Fabrik war aufgrund Arbeitsrechtsverletzungen auch bereits in Ländern des Nordens bekannt. Wie im Schwarzbuch Markenfirmen beschrieben und im Fachgespräch im November mit Frauen aus Honduras ausführlicher erläutert, wurden Frauen vor ihrer Einstellung in genanntem Zuliefer-

betrieb diskriminiert. Wenn Frauen schwanger waren, oder eine Tätowierung hatten, wurden sie nicht eingestellt (vgl. Fachgespräch Südwind vom 13. November 2009, Werner/Weiss 2008: 265).

Gina Cano erzählte aus ihrer eigenen Erfahrung, die sie bei der Fabrikschließung der Maquiladora Hugger in Honduras erlebte:

Im Dezember 2008 trat der Geschäftsführer des Zulieferbetriebs Hugger, der zugleich Eigentümer der Fabrik war, an die ArbeiterInnen heran und schickte sie in den Urlaub. Als die ArbeiterInnen am 3. Jänner wieder ihre Arbeit aufnehmen wollten, verlautbarte der Geschäftsführer die Schließung von Hugger und gab die wirtschaftliche Krise in den USA als Grund dafür an. Da die ArbeiterInnen sich in einer Gewerkschaft organisierten, überlegten sie gemeinsam eine Lösung und überbrachten schließlich dem Unternehmer den Vorschlag, die Fabrik für vier Monate zu schließen bzw. die ArbeiterInnen vier Monate in unbezahlten Urlaub zu schicken. Ein Gesetz in Honduras sieht vor, dass eine Fabrik bei dieser Vorgehensweise nicht sofort schließen muss. Der Geschäftsführer lehnte dies aber ab.

Eine derartige Fabrikschließung trifft laut Cano vor allem alleinerziehende Frauen, von denen es in den Maquiladoras viele gibt. Sie müssen dann ihre Kinder aus der Schule nehmen und/oder wieder zurück in ihre Dörfer gehen, weil sie ihre Miete nicht bezahlen können.

Steiner und Pelzer von der Frauensolidarität sehen ähnlich magere Alternativen für die Arbeiterinnen nach Fabrikschließungen: Sie können regional migrieren (beispielsweise zurück auf das Land) oder transnational (auch nach Europa). Ein Bericht von EMIH über Frauen und Arbeit in Honduras verweist ergänzend darauf, dass Arbeit auf Feldern kurzfristig Abhilfe für Ex-Arbeiterinnen der Maquiladoras schaffen kann (vgl. EMIH/FONDO ACI-ERP 2009: 90f). Dazu gibt es noch – wie Steiner und Pelzer anführten – die informelle Wirtschaft: Die entlassenen Frauen verkaufen beispielsweise Selbstgemachtes auf der Straße oder nähen in Heimarbeit für Sub-Sub-Unternehmen. Leider gibt es in diesem großen informellen Bereich kaum arbeitsrechtliche Bestimmungen. Die Problematik der informellen Wirtschaft thematisiert der Verein Frauensolidarität auch in seinem Beitrag über die Arbeitsrechte der Frauen in der informellen Wirtschaft: Heimarbeit stellt für Lieferanten eine Möglichkeit dar, die Produktion an Orte auszulagern, in denen es ganz sicher keine gewerkschaftliche Organisation der Arbeiterinnen gibt. Bei Heimarbeit in der informellen Wirtschaft sind Arbeiterinnen entweder vertragslos oder können die in den Verträgen formulierten Rechte nicht durchsetzen (vgl. Frauensolidarität 2008: 11).

Neben Migration oder einer Arbeitstätigkeit im informellen Sektor führten Steiner und Pelzer auch politische Aktivität als Alternative nach Fabrikschließungen an. Politisch aktiv werden Frauen laut Aussagen der Vertreterinnen der Frauensolidarität zum Beispiel dann, wenn Löhne nicht ausbezahlt wurden. Frau Cano aus Honduras entschied sich nach der Fabrikschlie-

ßung von Hugger für diese Option und kämpft nun für die Rechte der Arbeiterinnen. Die Informationsarbeit bei Veranstaltungen wie „Im Schatten des Profits“ in Ländern des Nordens ist Teil ihres politischen Aktionismus.

**Politischer Aktivismus stellt zumindest manchmal eine erfolgreiche Strategie dar, Fabrikschließungen rückgängig zu machen oder zumindest noch ausständige Lohnzahlungen einzufordern.**

Zur Frage, ob sich politischer Aktionismus lohnt, gibt es zwei grundsätzliche Meinungen. Die Frauen aus Honduras und Kerl argumentierten, dass politischer Aktivismus *nach* Fabrikschließungen sehr schwierig ist. Die Schwierigkeit liegt darin, direkt auf Produktionseinstellungen von Zulieferfabriken zu reagieren, da die Maquiladoras unangekündigt von einem Tag auf den anderen schließen. Nach Einschätzung von Kerl zieht die Mehrheit es vor, nicht aufzuschreien. Er glaubt, dass der Frust, der sich bei der Entlassung bzw. der Arbeitslosigkeit bei den ArbeiterInnen einstellt, dafür verantwortlich ist.

Cano und Erazo brachten jedoch ein gutes Beispiel dafür, dass auf Druck von KonsumentInnen im Norden in kurzfristigen Kampagnen sogar Fabrikschließungen rückgängig gemacht werden können:

Fruit of the Loom strich seine Aufträge an Zulieferbetriebe in Honduras, woraufhin 1200 ArbeiterInnen entlassen werden mussten. Universitäten in den USA, die Kleidung der Marke bezogen, stoppten daraufhin den Vertrag mit Fruit of the Loom, weil es dabei um ihren Ruf und ihr Prestige ging. Das Markenunternehmen sah sich dadurch gezwungen, wieder in Honduras produzieren zu lassen. 800 der 1200 ArbeiterInnen wurden bereits wieder eingestellt, die restlichen 400 sollen folgen.

Wenn die FabrikarbeiterInnen denken, dass internationale Solidarität erfolgreich sein könnte, um beispielsweise noch ausständige Zahlungen bei Schließungen zu erhalten, wenden sie sich an eine Organisation im Norden wie etwa das Sekretariat der Clean Clothes Campaign. Diese übernimmt die Koordination für das weitere Vorgehen bei einer Kampagne, in der gemeinsam in Ländern des Nordens und des Südens für die Einhaltung der Arbeitsrechte dieser ArbeiterInnen gekämpft wird.

Als positives Beispiel für erfolgreichen politischen Aktivismus und Vernetzung von NGOs aus dem Norden und Süden kann der Fall des Markenunternehmens Nike erwähnt werden. 2009 wurden 2000 ArbeiterInnen in Zulieferbetrieben in Honduras gekündigt, darunter auch in der von Cano erwähnten Zulieferfabrik Hugger. Daraufhin riefen die StudentInnenorganisation USAS und die Gewerkschaftsorganisation Central General de Trabajadores de Honduras (CGT) zu politischem Aktionismus auf. Nike verpflichtete sich infolgedessen, 1,5 Mio.

US-Dollar in einen Fonds für die ArbeiterInnen einzuzahlen. Darüber hinaus wird den entlassenen ArbeiterInnen die Gesundheitsversicherung für ein Jahr bzw. bis zu einer neuen Arbeitsanstellung bezahlt, sie können an Fortbildungen teilnehmen und werden bei der Einstellung in neuen Nike-Zulieferfabriken bevorzugt behandelt (vgl. Newsletter Frauensolidarität 2010, Nikebiz 2010).

Während Kerl eher eine große Passivität konstatiert, nehmen Steiner und Pelzer von der Frauensolidarität die Frauen im Süden als politisch sehr aktiv wahr: Getragen ist ihr politischer Aktivismus dabei von einem sehr starken Solidaritätsgefühl. Steiner und Pelzer sind der Ansicht, dass den Frauen die Zusammenhänge und Beziehungen zwischen Norden und Süden sehr klar sind bzw. sie auch über die Hintergründe und Ursachen ihrer Lebenssituationen Bescheid wissen. Kennzeichen des politischen Aktivismus der Frauen im Süden ist der Gedanke „Wir sind keine Opfer, sondern wir können etwas dagegen machen“. Frauenorganisationen ist es ihrer Ansicht nach außerdem immer wichtig, nicht nur die Problematik wirtschaftlicher Entwicklungen aufzuzeigen, sondern im gleichen Atemzug auch wirtschaftspolitische Bildungsarbeit zu leisten.

Um die Frauen bei ihrem Aktionismus, der laut Kerl und Cano („*Es ist hart gegen ein `Monster` wie Nike zu kämpfen!*“) oft schwierig ist, zu unterstützen, braucht es enorme Netzwerkarbeit von Seiten verschiedener Organisationen im Norden und im Süden. Wichtig ist es nach Steiner und Pelzer, die betroffenen Frauen selbst nach Lösungsmöglichkeiten zu fragen und ihre Meinung anzuhören. Denn sie sind von Situationen betroffen, die am Verhandlungstisch ohne sie entweder gar nicht, oder nur in Vertretungspositionen, diskutiert werden. Auch die Frauen selbst machen sich nach Steiner und Pelzer Gedanken über Lösungen und haben Vorstellungen über zukünftige Handlungsmöglichkeiten.

### **3.4.2 Zusammenarbeit von Organisationen des Nordens und des Südens**

Wie funktioniert die Zusammenarbeit zwischen den Organisationen aus Ländern des Nordens und jenen des Südens? Mit welchen Mitteln arbeiten sie und welche Bereiche der Zusammenarbeit sind erfolgreich? Aus den Erfahrungen der ExpertInnen können Schlüsse für zukünftige Verbesserungsmöglichkeiten gezogen werden.

**Kurz- und langfristige Zusammenarbeit zwischen Organisationen des Nordens und des Südens unterstützt die Arbeiterinnen, sich für ihre Arbeitsrechte einzusetzen und wirkt sich positiv auf die Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsproduktion aus.**

Alle ExpertInnen sind sich einig, dass die Vernetzung zwischen Organisationen des Nordens und des Südens einen wichtigen Beitrag zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsproduktion leistet.

Aus Erfolgen wie weiter oben bei Fruit of the Loom und Nike in Honduras beschrieben schließen Cano und Erazo, dass eine länderübergreifende, vernetzte Gewerkschaft das Sinnvollste für eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen der Frauen wäre. Solch eine Vernetzung würde auch positiv dazu beitragen, die Forderung nach menschenwürdigen Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsproduktion besser an die Öffentlichkeit in den Ländern des Nordens zu tragen. Ansatzweise gibt es bereits eine internationale Vernetzung von Gewerkschaften. So arbeitet EMIH zum Beispiel mit einer Gewerkschaft aus Deutschland zusammen, um Verbesserungen in den Arbeitsbedingungen zu erzielen. Die beiden honduranischen Frauen merken weiters an, dass die Organisation EMIH ihre Ursprünge zwar in Honduras hat, aber über die Grenzen hinweg andere mittelamerikanische Länder bei Abwanderungen von Fabriken und Arbeitsrechtsverletzungen informiert. So kann sichergestellt werden, dass die NGOs der mittelamerikanischen Länder ausreichend informiert und vorbereitet sind, wenn Maquiladoras verlagert werden.

Kerl erläuterte unter Bezugnahme auf seinen Arbeitshintergrund bei Clean Clothes die kurzfristige Zusammenarbeit im Rahmen von Kampagnenarbeit: Bei Arbeitsrechtsverletzungen oder Schließungen wenden sich lokale Organisationen in Ländern des Südens (wie beispielsweise die unabhängige Monitoring-Organisation EMIH in Honduras oder andere NGOs und Gewerkschaften) an Solidaritätsorganisationen im Norden. Politischer Aktivismus wird von Organisationen im Norden nur dann gesetzt, wenn die ArbeiterInnen bzw. die Organisationen der ArbeiterInnen tatsächlich internationale Solidarität und Aufmerksamkeit wollen und bei den Organisationen in Ländern des Nordens um Unterstützung ansuchen. Der punktuelle Austausch und die gemeinsame Arbeit an einer Kampagne als Reaktion auf Arbeitsrechtsverletzungen oder Fabrikschließungen mit noch ausstehenden Zahlungen funktioniert seiner Meinung nach sehr gut. Die Arbeit der Clean Clothes Kampagne ist nach der Einschätzung von Kerl in 50% dieser Eilaktionen erfolgreich. Die Rechte der ArbeiterInnen werden so zumindest in manchen Fällen eingehalten.

Die Clean Clothes Kampagne arbeitet nach Kerl meistens nur kurzfristig mit Organisationen in Ländern des Südens zusammen. Ein paar Ausnahmen mit längerfristiger oder wiederholter Zusammenarbeit gibt es jedoch. Als Beispiel dafür führte er die mittelamerikanische Organisation EMIH an, die auch mit der deutschen Christlichen Initiative Romero und mit der Frauensolidarität zusammenarbeitet. Die Mehrzahl der Kontakte zwischen der Clean Clothes

Kampagne und Organisationen des Südens seien aber kurzfristig und punktuell. Dies ergibt sich laut Kerl logisch daraus, dass sich im Netzwerk von Clean Clothes Österreich beispielsweise 250 NGOs und andere Institutionen finden und die Organisation nicht die Kapazitäten hat, mit diesen permanent Kontakt zu halten. Zwischen den einzelnen Kontaktphasen weiß Clean Clothes gezwungenermaßen wenig darüber, was im Land der Partnerorganisationen gerade politisch, wirtschaftlich und sozial gesehen passiert.

Während Clean Clothes auf kurzfristige Kampagnen setzt, arbeitet die Frauensolidarität mit Partnerorganisationen im Süden meist über einen längeren Zeitraum hinweg und hält Kontakte längerfristig aufrecht. Über persönliche Kontakte wird Organisationszusammenarbeit bei der Frauensolidarität initiiert. Im Austausch und durch die Weitervermittlung von Partnerorganisationen werden weitere Kontakte geknüpft. Bei der WIDE-Jahreskonferenz oder bei anderen Treffen mit Organisationen können sich beispielsweise zusätzliche Kontakte entwickeln. Längerfristigen Kontakt in Form direkter Zusammenarbeit hält die Frauenorganisation seit ihren Anfängen mit der Organisation MEC aus Mittelamerika. Auch zwischen den Frauenorganisationen in den Ländern des Südens, die sich bei anderen Organisationen in Ländern des Nordens melden und um Zusammenarbeit ansuchen, gibt es eine gute Vernetzung. Die Sinnhaftigkeit längerfristiger Kontakte begründen die Vertreterinnen der Frauensolidarität damit, dass es in verschiedenen Ländern immer wieder zu politischen Destabilisierungsprozessen kommt (wie beispielsweise aktuell in Honduras oder Thailand). In instabilen politischen Zeiten ist für die Frauen in diesen Ländern schnelle und sinnvolle Unterstützung von Organisationen aus Ländern des Nordens notwendig. Außerdem ist es ein Anliegen der Frauensolidarität, die wirtschaftliche Entwicklung in den Ländern besonders im Hinblick auf die Informalisierung der Wirtschaft und die Auswirkungen dieses Prozesses auf die Frauen zu beobachten. Die Arbeit mit den Frauen und der Fokus auf das weibliche Geschlecht ergeben sich daraus, dass in NGOs vorwiegend Frauen tätig sind und auch in der Bekleidungsindustrie zu einem Großteil Frauen arbeiten. Der Schwerpunkt auf Frauen führt auch dazu, dass die Frauensolidarität eine gendersensitive Analyse der Auswirkungen von wirtschaftlichen Entwicklungen vehement fordert. Frauen sind von ökonomischen Veränderungen oft sehr stark betroffen, scheinen aber in wirtschaftlichen Analysen nicht auf. Die Frauensolidarität arbeitet nicht ausschließlich mit reinen Frauenorganisationen zusammen. Ein Beispiel dafür ist EMIH, die keine reine Frauenorganisation ist.

Eine ganz andere Ebene der Organisationszusammenarbeit sprach Schwarz an. Sie arbeitet bei Südwind NÖ Süd und betonte vor allem die Zusammenarbeit von Organisationen innerhalb einer Region bzw. auch innerhalb von Gemeinden im Norden. Als Beispiel führte sie Schul-

projekte an. SchülerInnen sollen nach der Arbeit an einem Projekt ihre Leistung unbedingt an die Öffentlichkeit tragen und präsentieren. So kann eine Zusammenarbeit mit anderen Akteu- rInnen hergestellt werden. Für Schwarz findet auch in dieser Form eine regionale Vernetzung statt, wenn beispielsweise BürgermeisterInnen oder andere politische HandlungsträgerInnen durch die Leistungen der SchülerInnen zur Weiterarbeit an einem Thema angeregt werden.

**Die Zusammenarbeit zwischen Organisationen aus Ländern des Nordens und jenen des Südens konzentriert sich stark auf Länder mit direkten Import-Exportverflechtungen.**

Auch in diesem Zusammenhang unterscheiden sich die Standpunkte von Kerl von der Clean Clothes Kampagne und von Steiner und Pelzer von der Frauensolidarität. Während die Clean Clothes Kampagne primär auf Zusammenarbeit zwischen Ländern mit direkten Import-Exportverflechtungen setzt, verfolgt die Frauensolidarität eine globale Perspektive.

Kerl stellt die Solidaritätszusammenarbeit zwischen Ländern mit direkten Import-Exportverflechtungen aus dem Norden wie folgt dar: Bei Arbeitsrechtsverletzungen in Zulieferbetrieben oder falls Fabrikverlagerungen drohen und noch Zahlungen ausständig sind, wenden sich Organisationen und Gewerkschaften aus Ländern des Südens an Partnerorganisa- tionen im Norden. Die internationale Clean Clothes Campaign beispielsweise initiiert dann einen ersten Aktionsaufruf. Mit diesem soll herausgefunden werden, welche Marken konkret Aufträge abgezogen haben bzw. in den Fabriken produzieren ließen, in denen Arbeitsrechts- verletzungen begangen wurden. Weiß man über die beteiligten Markenunternehmen Be- scheid, wird eine Eilaktion an alle Länder ausgeschickt, in denen die einzelnen Clean Clothes Kampagnen tätig sind. Die nationalen Clean Clothes Kampagnen rufen in weiterer Folge KonsumentInnen dazu auf, E-Mails an die involvierten Markenunternehmen, in manchen Fäl- len auch an Regierungen, zu schicken und sich für die Einhaltung der Arbeitsrechte auszu- sprechen. Diese Form der kurzfristigen Kampagnenarbeit von Clean Clothes ist zwischen Mittelamerika mit seinen Maquiladoras und Europa nicht wirklich relevant, da europäische Firmen weniger bis kaum in Mittelamerika produzieren lassen. Die europäische Kampagnen- arbeit konzentriert sich eher auf mit Arbeitsrechtsverletzungen verbundener Produktion in Asien. Für US-amerikanische Unternehmen wie beispielsweise GAP ist Mittelamerika jedoch laut Kerl ein sehr relevanter Produktionsstandort. Somit konzentriert sich die Solidaritätszu- sammenarbeit zwischen Organisationen aus Mittelamerika auch auf Organisationen aus Nordamerika. Nur wenn eine intensive Zusammenarbeit bereits längerfristig besteht, werden laut Kerl Beziehungen auch dann über Kampagnen weiter verfolgt, wenn direkte Import- Exportverflechtungen zurückgehen. Als Beispiel verwies der Experte auf die Christliche Initi-

ative Romero oder Inkota aus Deutschland. Diese Organisationen leisten auch heute noch vor Ort in Mittelamerika Entwicklungsarbeit mit gezielten Projekten, in die beispielsweise EMIH oder andere Organisationen eingebunden sind.

Die Arbeits- und Argumentationsweise der Frauensolidarität unterscheidet sich grundlegend von der kurzfristigen Kampagnenarbeit von Clean Clothes. Die Frauensolidarität fokussiert grundsätzlich auf langfristige Zusammenarbeit mit den Partnerorganisationen, um Trends und Entwicklungen in der wirtschaftlichen Situation der Frauen weltweit beobachten zu können. Bei den Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsproduktion handelt es sich ihrer Meinung nach um globale Missstände, hinter denen eine ökonomische Grundstrategie steht, nämlich die Auslagerung arbeitsintensiver Produktionsschritte in Billigproduktionsländer in Osteuropa, Südostasien oder eben in Zentralamerika. Damit begründen die Vertreterinnen der Frauensolidarität, dass die Organisationsvernetzung nicht auf direkten Import-Exportverflechtungen beruhen muss, da Missstände weltweit zu verbessern sind.

**Zunehmende Vernetzung und neue Medien ermöglichen einen schnellen Informationsaustausch. Das wirkt sich positiv auf die Unterstützungsarbeit von Organisationen aus Ländern des Nordens für die Einhaltung von Arbeitsrechten im Süden aus.**

Steiner und Pelzer sowie Schwarz hoben hervor, wie wichtig schneller Informationsaustausch für eine erfolgreiche Vernetzungsarbeit ist. Wie Kerl anmerkte, ist für effektive Kampagnenarbeit dennoch eine relativ lange Vorlaufzeit zu kalkulieren.

Schwarz vertrat aus der Perspektive von Südwind die Ansicht, dass Organisationen des Nordens und des Südens von den Vorteilen der Globalisierung im Sinne einer schnellen Informationsverbreitung einerseits und einer einfacheren Zusammenarbeit andererseits profitieren. Missstände können so sehr schnell auf internationaler Ebene bekannt gemacht werden. Insbesondere rascher Druck der KonsumentInnen kann zu Verbesserungen bei den Arbeitsbedingungen führen.

Auch die Vertreterinnen der Frauensolidarität Steiner und Pelzer sehen es als besonderen Erfolg an, schnell und flexibel auf Ereignisse, wie beispielsweise Arbeitsrechtsverletzungen, mit Bildungs- und Informationsveranstaltungen im Norden reagieren zu können. Vor allem weil die Organisation eher klein und flexibel ist, sei dies ihrer Ansicht nach möglich.

Kerl betonte demgegenüber die lange Vorlauf- bzw. Bearbeitungszeit, die eine konkrete Kampagnenarbeit benötigt: Da erst auf Berichte von Arbeitsrechtsverletzungen in den Ländern des Südens gewartet werden muss, dauert es, bis Clean Clothes und die KonsumentInnen auf diese reagieren können. Gut und neu ist jedoch, dass über neue Medien wie das Internet,

Fotos von Markenzeichen zwischen Organisationen des Nordens und jenen des Südens ausgetauscht werden können. So können die Markenunternehmen, in deren Zulieferbetrieben Arbeitsrechtsverletzungen vorliegen, leichter ausfindig gemacht werden.

**Die geringen finanziellen und personellen Mittel, mit denen die NGOs bei ihrer Arbeit auskommen müssen, erschweren eine effiziente Arbeit.**

Vor allem Steiner und Pelzer von der Frauensolidarität sowie Schwarz von der Organisation Südwind NÖ Süd führen fehlende finanzielle und personelle Mittel als Hemmnis für eine effiziente Solidaritätsarbeit zwischen Organisationen des Nordens und des Südens an.

Steiner und Pelzer waren sich im Gespräch einig, dass der Verein Frauensolidarität zu wenige Ressourcen für die Arbeit, die zu leisten wäre, zur Verfügung hat. Zeit- und Personalverfügbarkeit sind sehr eingeschränkt. Bildungs- und Informationsveranstaltungen mit Face-to-Face-Kontakten und Berichten von Aktivistinnen untermauern zu können, wie beispielsweise bei der Veranstaltung „Im Schatten des Profits“, ist ein spannendes Ziel der Frauensolidarität. Da das „Einfliegen“ von AktivistInnen jedoch finanziell belastet, kann dieses Ziel von Seiten der Frauensolidarität nicht immer wie gewünscht umgesetzt werden.

Aufgabe einer entwicklungspolitischen Organisation, wie Südwind NÖ Süd, ist es laut Schwarz auch, Workshops in Schulen zu veranstalten, um Aufklärungs- und Bildungsarbeit zu leisten. Die Nachfrage nach diesen Workshops von Seiten der Schulen ist da. Die Durchführung scheidet jedoch oft an der Finanzierung, die entweder von der Schule oder den Eltern getragen werden muss.

**Verhaltenskodizes stellen eine wichtige Maßnahme dar, um Markenunternehmen auf ihre Pflichten und Versprechungen hinzuweisen und von ihnen zu fordern, Verantwortung für die Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsproduktion zu übernehmen.**

Bei allen befragten ExpertInnen besteht ein grundlegender Konsens über die Bedeutung und positiven Effekte von Verhaltenskodizes. Steiner und Pelzer verweisen aber auch auf kritische Punkte und Missstände.

Kerl wie Hörtnner stellten Verhaltenskodizes als eine Möglichkeit dar, um Verbesserungen bei den Arbeitsbedingungen einzuleiten. Verhaltenskodizes haben aber nach Ansicht der beiden Vertreter von Clean Clothes nur dann Sinn, wenn die Arbeitsbedingungen auch einer unabhängigen Kontrolle unterzogen werden und die Standards außerdem die Forderung nach existenzsichernden Löhnen beinhalten. Vor allem im Hinblick auf unabhängige Kontrollen und existenzsichernde Löhne gibt es nach Kerl und Hörtnner von Seiten der Markenunternehmen

Defizite, die aufgearbeitet werden müssen. Die internationale Clean Clothes Campaign entwickelte 1997 einen Modellkodex für Unternehmen, der sich stark an den Kernarbeitsrechten der ILO orientiert. Markenunternehmen wurden aufgefordert, den Kodex zu unterschreiben. Hörtnier berichtete, dass auf dieses Ansuchen teilweise nicht einmal reagiert wurde. Einige Markenunternehmen entwickelten als Reaktion darauf jedoch einen eigenen Kodex. In den letzten sechs bis sieben Jahren beobachtete Hörtnier einen regelrechten Wettbewerb zwischen den verschiedenen Markenunternehmen, wer sich in Bezug auf Verhaltenskodizes und auf die darin enthaltenen ökologischen und sozialen Standards am meisten einfallen ließ.

Kerl und die beiden Frauen aus Honduras betonten die Problematik, die sich aus den vielen verschiedenen Verhaltenskodizes ergibt. Cano und Erazo kritisieren, dass die Unternehmen ihre Standards selbst formulieren. Diese variieren dann von Unternehmen zu Unternehmen bezüglich Klarheit und Präzision sehr stark. Einfacher wäre es, wenn alle Unternehmen einen ähnlichen Verhaltenskodex hätten und sich alle Unternehmen daran halten würden. Clean Clothes fordert deshalb auch die Unternehmen auf, gemeinsam Kodizes zu erarbeiten. Wenn die Produktion verschiedener Marken in einem Zulieferbetrieb stattfindet, sollen auch die Arbeitsbedingungen gemeinsam kontrolliert werden. So können verbesserte Arbeitsbedingungen nach gemeinsamen Standards garantiert werden.

Schwarz verwies in Zusammenhang mit der Vielzahl der existierenden Verhaltenskodizes von Markenunternehmen auf die wichtige Aufgabe von Bildungsorganisationen, wie es Südwind NÖ Süd ist. Diese Organisationen haben in Zusammenarbeit mit LehrerInnen den gesellschaftlichen Auftrag, SchülerInnen, aber auch erwachsene KonsumentInnen, auf die Vielzahl der Verhaltenskodizes und die dahinterstehenden Interessen aufmerksam zu machen. Als mündige KonsumentInnen sollen sie dazu befähigt werden, nachzuforschen und selbst zu recherchieren, welche Standards sich wirklich hinter einem bestimmten Zeichen für einen Verhaltenskodex befinden. Dabei geht es nach Schwarz darum, sich als Konsument/Konsumentin nicht so leicht und schnell mit einer von vielen zugelassenen Zertifizierungen zufrieden zu geben, sondern seine Rechte und Pflichten zu nützen und bei Unklarheiten oder Ungenauigkeiten in Kontakt mit den verantwortlichen Unternehmen zu treten.

Muhr erzählte aus eigener Erfahrung mit ihrem Fairtrade-Unternehmen, wie Verhaltenskodizes real gehandhabt werden können:

In Bezug auf die Verhaltenskodizes, die für die einzelnen Betriebe in der Produktionskette von „Göttin des Glücks“ gelten, gibt es einerseits Richtlinien von Fairtrade, an die sich die Betriebe halten müssen, sowie selbst aufgestellte Verhaltenskodizes von den Unternehmen in der Lieferkette. Craft Aid, der Nähbetrieb von „Göttin des Glücks“ auf Mauritius, besitzt einen Verhaltenskodex mit Zusatzpunkten, die in den Fairtrade-Kriterien nicht verankert sind: Die Mitar-

beiterInnen werden von einem Fahrer zu Hause abgeholt und nach der Arbeit wieder nach Hause gebracht. Somit erübrigt sich auch die Frage nach Überstunden. Einmal in der Woche kommt außerdem ein Arzt in die Firma. So können sich alle ArbeiterInnen gratis untersuchen lassen.

Bezüglich spezieller Bestimmungen für Frauen, zum Beispiel Karenzgeld, kann die Expertin keine genauen Angaben machen. Bei Craft Aid gab es jedoch die Idee für einen betriebsinternen Kindergarten. Verantwortlich für solche an lokale Bedürfnisse angepasste fortschrittliche Maßnahmen ist der Expertin zufolge die Persönlichkeit des Managers/der Managerin des Betriebs. Gendersensible Standards im Verhaltenskodex zu verankern, stand nach Muhr noch nicht explizit zur Diskussion.

Eine erweiterte Sichtweise offenbarte sich im Gespräch mit den Vertreterinnen der Frauensolidarität. Die Problematik der Verhaltenskodizes sieht auch Pelzer vor allem darin, dass es zu viele verschiedene Kodizes gibt, da sich jedes Unternehmen selbst „seinen“ Kodex entwirft.

Aus Gesprächen mit Frauen aus den Ländern des Südens wissen Steiner und Pelzer, dass die Debatte um CSR als Diskurs vor allem in den Ländern des Nordens stattfindet. Die Frauen in den Ländern des Südens selbst bemerken von Veränderungen bzw. Verbesserungen in den Arbeitsbedingungen nur wenig. Theorie am Papier und Praxis klaffen somit nach Einschätzung der Expertin auch beim Instrument der Verhaltenskodizes weit auseinander. Die Standards orientieren sich nach Einschätzung von Pelzer großteils nur an den ILO-Kernarbeitsnormen. Frauenspezifische Arbeitsrechte wie beispielsweise Mutterschutz werden in den Kodizes nicht berücksichtigt. Somit beinhalten die Verhaltenskodizes Standards, die die Bedürfnisse von Frauen gar nicht abdecken. Ihre Sinnhaftigkeit speziell für diese große Gruppe an Betroffenen ist so klarerweise in Frage gestellt. Problematisch an den Verhaltenskodizes ist nach Meinung der Vertreterinnen der Frauensolidarität außerdem der Charakter der Freiwilligkeit. Auch Zervas spricht das in seinem Buch „Global Fair Trade“ an. Für ihn sind der Wettbewerbsdruck und die Freiwilligkeit in der CSR zwei unvereinbare Konzepte (vgl. Zervas 2008: 68f).

Pelzer sprach eine weitere Benachteiligung der Frauen am Arbeitsmarkt in den Ländern des Südens an. Sie argumentierte, dass es sich bei Arbeitsplätzen auch um Arbeitsplätze in der informellen Wirtschaft handeln kann. Die Tendenz geht (wie in Kapitel 3.4.1 angesprochen) hin zur Auslagerung der Arbeit in Sub-Sub-Unternehmen bzw. in die Heimarbeit. In diesem Fall kommen die Verhaltenskodizes nicht zum Tragen, da die Frauen im „Unsichtbaren“ arbeiten. Pelzer berief sich in diesem Zusammenhang auf eine Studie der OECD von 2009, die zeigt, dass derzeit mehr als die Hälfte aller Arbeitskräfte weltweit in der informellen Wirtschaft (Landwirtschaft, StraßenhändlerInnen, Arbeit zu Hause, etc.) arbeiten. Bis 2020 soll

der Anteil der in der informellen Wirtschaft Beschäftigten auf zwei Drittel aller Erwerbstätigen weltweit steigen (vgl. Jütting 2009).

Sowohl die Vertreterinnen der Frauensolidarität als auch die beiden Ex-Arbeiterinnen aus Honduras sind sich über die Unausgeglichenheit zwischen den Ausgaben für Marketing und den Ausgaben für Löhne einig. Im Zuge der CSR-Debatte muss genau nachvollzogen werden, was wirklich zu einer Verbesserung der Situation der Arbeiterinnen führt. Werden zum Beispiel wirklich Löhne erhöht oder geht es einem Unternehmen nur darum, mittels Verhaltenskodizes, ein gewisses Image zu vermarkten.

O'Rourke spricht in einem wissenschaftlichen Artikel ebenfalls von dieser möglichen Gefahr in Bezug auf Verhaltenskodizes: Unternehmen können sich von der Einführung von Verhaltenskodizes Profit erhoffen und sie für die Imageaufbesserung gegenüber KonsumentInnen einsetzen (vgl. O'Rourke 2006: 911).

Im Hinblick auf soziale Projekte von Unternehmen äußerten sich die ExpertInnen kritisch zu klassischen Einzelprojekten. Darunter verstehen die ExpertInnen beispielsweise die finanzielle Unterstützung eines Kinderheims in Afrika, oder die Förderung bestimmter Schulen und Stiftungen, um punktuell zu helfen. Obwohl diese Hilfen zwar kurzfristig und punktuell sehr wirksam sein können, kritisierten die Frauen aus Honduras, die Vertreterinnen der Frauensolidarität und Kerl diese Einzelprojekte: Markenunternehmen würden sich im Bereich der CSR mit falschen Lorbeeren schmücken, um KonsumentInnen zu beeindrucken. Die ExpertInnen stehen diesen Aktionen sehr kritisch gegenüber, da die Unternehmen gleichzeitig nicht der wichtigen Forderung nachkommen, ihre internen Strukturen zu verbessern. Dazu gehört auch beispielsweise die Umsetzung von höheren und existenzsichernden Löhnen.

Auch Zervas teilt die Ansicht, dass Konzerne Verantwortung für die Umwelt und die sozialen Kriterien bei der Produktion entlang der gesamten Wertschöpfungskette übernehmen müssen und mittels KonsumentInnendruck und durch NGOs auf diese Aufgabe aufmerksam gemacht werden sollen. Nach Zervas kann die finanzielle Unterstützung von Kindergärten und ähnlichen Institutionen von Seiten großer Konzerne kein ausreichender Beitrag zu ihrer globalen Verantwortung sein (vgl. Zervas 2008: 100).

**In Multistakeholder-Initiativen sollen die Interessen verschiedener AkteurInnen zusammengetragen, Verhaltenskodizes entwickelt und die darin verankerten Standards überprüft werden.**

Kerl diskutierte vor allem die Arbeit von Multistakeholder-Initiativen und nahm sehr ausführlich zu Vor- und Nachteilen dieser Initiativen Stellung.

Er fordert, dass die Kontrolle der Einhaltung von Standards in Verhaltenskodizes von Multi-stakeholder-Initiativen übernommen wird, bei denen NGOs, Unternehmen und Gewerkschaften zusammenarbeiten. Nur so wird sichergestellt, dass es erstens einen einheitlichen Kodex für alle Unternehmen gibt, die Teil der Multistakeholder-Initiative sind. Zweitens sind für die Unternehmen auch einheitliche Kontrollen möglich und drittens erübrigt sich für die KonsumentInnen das „undurchsichtige Gestrüpp“ verschiedener Verhaltenskodizes. KonsumentInnen müssten so nur mehr anhand des entsprechenden Siegels überprüfen, ob das Markenunternehmen Mitglied einer Multistakeholder-Initiative ist oder nicht.

Kerl gab auch eine Einschätzung über die Arbeit einiger bekannter Multistakeholder-Initiativen wie die Fair Wear Foundation in den Niederlanden, der Schweiz und in Deutschland (mit Clean Clothes im Vorstand), die Fair Labor Association in den USA und die Ethical Trading Association in Großbritannien: Letztere versteht sich laut Kerl explizit als lernende Organisation. Ihr Ziel ist weniger die Arbeitsbedingungen konkret zu überprüfen, sondern die inhaltliche Bereicherung und das „voneinander-Lernen“ der beteiligten AkteurInnen zu fördern. An der Fair Labor Association kritisierte der Experte, dass sie keine Beteiligung von Gewerkschaften aufweist, sondern nur NGOs und Universitäten als AkteurInnen umfasst. Dies hat damit zu tun, dass in den USA die College-Mode eine sehr große Rolle spielt. Nach der Einschätzung von Kerl ist die Fair Wear Foundation die sinnvollste und glaubwürdigste Multistakeholder-Initiative. Sie bietet einerseits einen vollständigen Kodex und führt andererseits Kontrollen mit lokalen Organisationen vor Ort durch. Wichtig bei diesen Kontrollen, wie sie beispielsweise auch von EMIH durchgeführt werden, ist laut Kerl, dass die Überprüfungen von Leuten (NGOs oder Gewerkschaften) übernommen werden, die sich auch vor und nach den Kontrollen mit den ArbeiterInnen unterhalten und lokal mit ihnen arbeiten. Von besonderer Bedeutung ist, dass die ArbeiterInnen außerhalb der Unternehmen, daheim oder am Weg von oder zur Arbeit, interviewt werden, d.h. ohne dass der Chef/die Chefin unmittelbar in Hörweite steht. Außerdem ist es nicht ausreichend, nur die Lohnzettel der ArbeiterInnen zu kontrollieren. Stattdessen müssen die ArbeiterInnen zu ihrem Lohn befragt werden, da ihre persönliche Angabe meist weit unter den Angaben auf den Lohnzetteln liegt. Es geht also um eine gemeinsame Überprüfung mit den ArbeiterInnen selbst.

In Bezug auf die SAI und ihren Kodex SA 8000 kritisierte Kerl im Interview einerseits, dass hier Zulieferfabriken kontrolliert werden und andererseits, dass die Kontrollen stark orientiert an Checklisten ablaufen. Es erfolgt keine Zusammenarbeit mit den ArbeiterInnen. Die Zulieferbetriebe stehen nach Kerl und Hörtner insgesamt bereits unter großem Kosten- und Lieferzeitendruck der Markenunternehmen. Nun sollen sich die Fabriken auch noch sozial verhalten

und sich zertifizieren lassen. Die Clean Clothes Kampagne fordert von den Markenunternehmen daher eine Reduzierung des Zeit- und Kostendrucks, um den Zulieferbetrieben überhaupt erst die Möglichkeit zu geben, sozial verträglich produzieren zu können. Gerecht und sinnvoll ist es nach der Clean Clothes Kampagne, wenn Markenunternehmen einer Multistakeholder-Initiative wie der Fair Wear Foundation beitreten und sich selbst in diesem Bereich engagieren und nicht eine zusätzliche Aufgabe an die Zulieferbetriebe weitergeben. Bei der Fair Wear Foundation sind gendersensible Themen nach Kerl in den Verhaltenskodizes einigermaßen implementiert. Bei den meisten Verhaltenskodizes von Unternehmen ist das Problem aber, dass sie nicht spezifisch gendersensibel sind, weil Unternehmen generell ihre Auflagen eher unspezifisch formulieren und zu Mutterschutz, Schwangerschaftstests und Ähnlichem gar keine Angaben machen.

O'Rourke äußert sich in einem Beitrag in der Zeitschrift World Development ähnlich über Multistakeholder-Initiativen wie Kerl. Sie spricht davon, dass die Maßnahmen von Multistakeholder-Initiativen unter folgenden Bedingungen zu Verbesserungen der Arbeitsbedingungen bei der Bekleidungsproduktion führen können: Zum einen müssen alle beteiligten AkteurInnen in allen Prozessen der Multistakeholder-Initiativen wie bei der Entwicklung, der Überprüfung und der Durchsetzung der Verhaltenskodizes vertreten sein. Zum anderen muss streng darauf geachtet werden, ob die Kernarbeitsrechte der ILO und nationale Gesetze berücksichtigt werden und ob entsprechende Messinstrumente verwendet werden. Außerdem wird wie von Kerl ein kompetentes Monitoring unter der Durchführung lokaler NGOs gefordert. Weiters muss die Überprüfung den Kriterien der Unabhängigkeit und der Transparenz entsprechen. Die Initiativen von NGOs sowie steuernde und regulierende Maßnahmen von Regierungen sollen sich außerdem gegenseitig unterstützen und nicht kontraproduktiv gegeneinander arbeiten (vgl. O'Rourke 2006: 912).

### **3.4.3 Bildungsarbeit in Ländern des Nordens**

Zusammengefasst werden im Folgenden Einschätzungen der ExpertInnen auf die Fragen „Wie können KonsumentInnen in Ländern des Nordens zu verbesserten Arbeitsbedingungen der ArbeiterInnen beitragen?“, „Wie funktioniert Bildungsarbeit?“ und „Wer leistet wie einen Beitrag für ein kritisches Bewusstsein der KonsumentInnen?“.

**Fairtrade-Mode stellt für KonsumentInnen in den Ländern des Nordens eine Möglichkeit dar, sich für faire Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsproduktion einzusetzen**

## **und Verbesserungen bei den Produktionsbedingungen von Kleidungsstücken zu erreichen.**

Fairtrade Österreich ist ein Verein mit Sitz in Wien, der sich für Nachhaltigkeit, faire Arbeitsbedingungen in der Produktion und gerechte Preise einsetzt. In seinen Aktivitäten verwendet der Verein die von der FLO (FAIRTRADE Labelling Organizations International) entwickelten Standards. Ziel von Fairtrade ist es, Markenartikel zu lizenzieren, das Angebot an Fairtrade-Produkten auf dem Markt zu vergrößern und die Zahl an KonsumentInnen, die Fairtrade-Produkte kaufen, zu erhöhen. Produkte, die mit dem Fairtrade-Label zertifiziert sind, umfassen Lebensmittel, wie Kaffee, Schokolade, Früchte, Nüsse, aber auch Baumwollprodukte, Rosen und Sportbälle (vgl. Homepage von Fairtrade Österreich). Ein Label oder Gütesiegel wie Fairtrade garantiert bestimmte Produktionsmethoden bzw. die Einhaltung gewisser Standards bei der Produktion (vgl. Stückelberger 2001: 89).

Dass die Förderung des Angebots und des Kaufs von Fairtrade-Produkten wichtig ist, darüber sind sich die interviewten ExpertInnen einig – wenn auch mit unterschiedlichen Schwerpunkten in der Argumentation.

Schwarz ging im Interview vor allem auf die Geschichte von Fairtrade-Produkten sowie die Dynamik ein, die sich für die Zukunft daraus ableiten lässt. Kerl betonte die wichtige Vorbildfunktion für andere Unternehmen und für die Vertreterinnen der Frauensolidarität stehen globales Denken und Verständnis der KonsumentInnen für die globale Dynamik im Mittelpunkt. Schwarz kennt aufgrund ihrer langjährigen Tätigkeit im Bereich entwicklungspolitischer Organisationen die geschichtliche Dynamik von Fairtrade sehr gut: Anfänglich waren die Produkte Nischenprodukte, wie beispielsweise Fairtrade-Kaffee oder eine fair gehandelte Tafel Schokolade noch vor 15 bis 20 Jahren. Langsam etablierten sie sich jedoch und wurden von KonsumentInnen stärker nachgefragt. Die anfänglichen Vorurteile der Gesellschaft konzentrierten sich klassischerweise auf ein „Der/die schmeckt nicht“. In Bezug auf Fairtrade-Mode und die anfangs erdig gehaltenen Farben der Bekleidungsstücke steht bis heute das Argument „Die gefällt nicht“ im Mittelpunkt. Als Vertreterin der entwicklungspolitischen Bildungsorganisation Südwind sieht Schwarz ihre Aufgabe darin, konstruktiv mit derartigen Vorurteilen zu arbeiten und die hohe Qualität der Produkte hervorzuheben. Fair gehandelter Kaffee ist ihrer Ansicht nach ein qualitativ hochwertiges Bio-Produkt. Verwiesen werden kann mittlerweile auch auf KonsumentInnenrankings, bei denen die Fairtrade-Produkte aufgrund ihrer hohen Qualität meist sehr gut abschneiden. Das Potential, das bei Fairtrade-Produkten erreicht werden kann, sieht man beispielsweise an den enormen Steigerungsraten beim Verkauf der Fairtrade-Banane. Trotz momentaner wirtschaftlicher Krisenzeiten können sich Fairtrade-

Nahrungsmittel wie Banane, Kaffee oder Schokolade laut Schwarz weiterhin sehr dynamisch etablieren.

Im Gespräch war sie überzeugt davon, dass auch der derzeitige Nischenmarkt der Fairtrade-Mode in Zukunft größer werden wird. Ihrer Ansicht nach setzt sich der Druck der KonsumentInnen bzw. deren Macht im positiven Sinne langsam auch bis in die Länder durch, in denen sich die Zulieferfabriken befinden. Zunehmend achten Menschen bewusst darauf, unter welchen sozialen und ökologischen Bedingungen ihre Kleidungsstücke produziert werden.

Nichtsdestotrotz sind sich die ExpertInnen einig, dass im Bereich der Bildungsarbeit mit KonsumentInnen weitergearbeitet werden muss: Während Schwarz bereits einen Trend zu ökologisch und sozial zertifizierter Mode sieht, betont Kerl, dass noch immer nur ein geringer Prozentanteil der Bevölkerung Interesse an Fairtrade-Mode hat.

Die Öffentlichkeitsarbeit von Clean Clothes verfolgt in diesem Sinne zwei Ziele: Einerseits soll den KonsumentInnen vermittelt werden, dass sie fair gehandelte Produkte kaufen sollen. Andererseits sollen die KäuferInnen auf die Produktionsbedingungen bei der Herstellung der Bekleidungsstücke achten und politisch aktiv werden. Letzteres ist auch ein spezifisches Interesse der Frauensolidarität. Die KonsumentInnen werden von der Clean Clothes Kampagne und von den Vertreterinnen der Frauensolidarität aufgefordert, an Eilaktionen („Urgent Actions“) teilzunehmen, Petitionen zu unterschreiben, sich an Aktionen zu beteiligen etc. Die Frauensolidarität erwartet von den KonsumentInnen außerdem ein politisches Mitdenken auf globaler Ebene, das die regionale Sichtweise nach dem Motto „Was passiert bei mir um die Ecke?“ ergänzen soll. Bei den Forderungen der KonsumentInnen sollen auch globale Auswirkungen von Handel und Produktionsprozessen (Was passiert auf welchen Ebenen aufgrund welcher Entscheidungen?) berücksichtigt werden. Steiner und Pelzer merkten an, dass es bei den KonsumentInnen natürlich zuerst einmal um persönliche Betroffenheit geht. Diese ist bei der Bekleidungsproduktion auf den ersten Blick nicht so direkt gegeben wie etwa bei Nahrungsmitteln. Betrachtet man Produktionsprozesse aber genauer, sieht man nach Pelzer, dass die regionale und die nationale Ebene schon sehr stark mit Abkommen und Regelwerken der globalen und der EU-Ebene vernetzt sind.

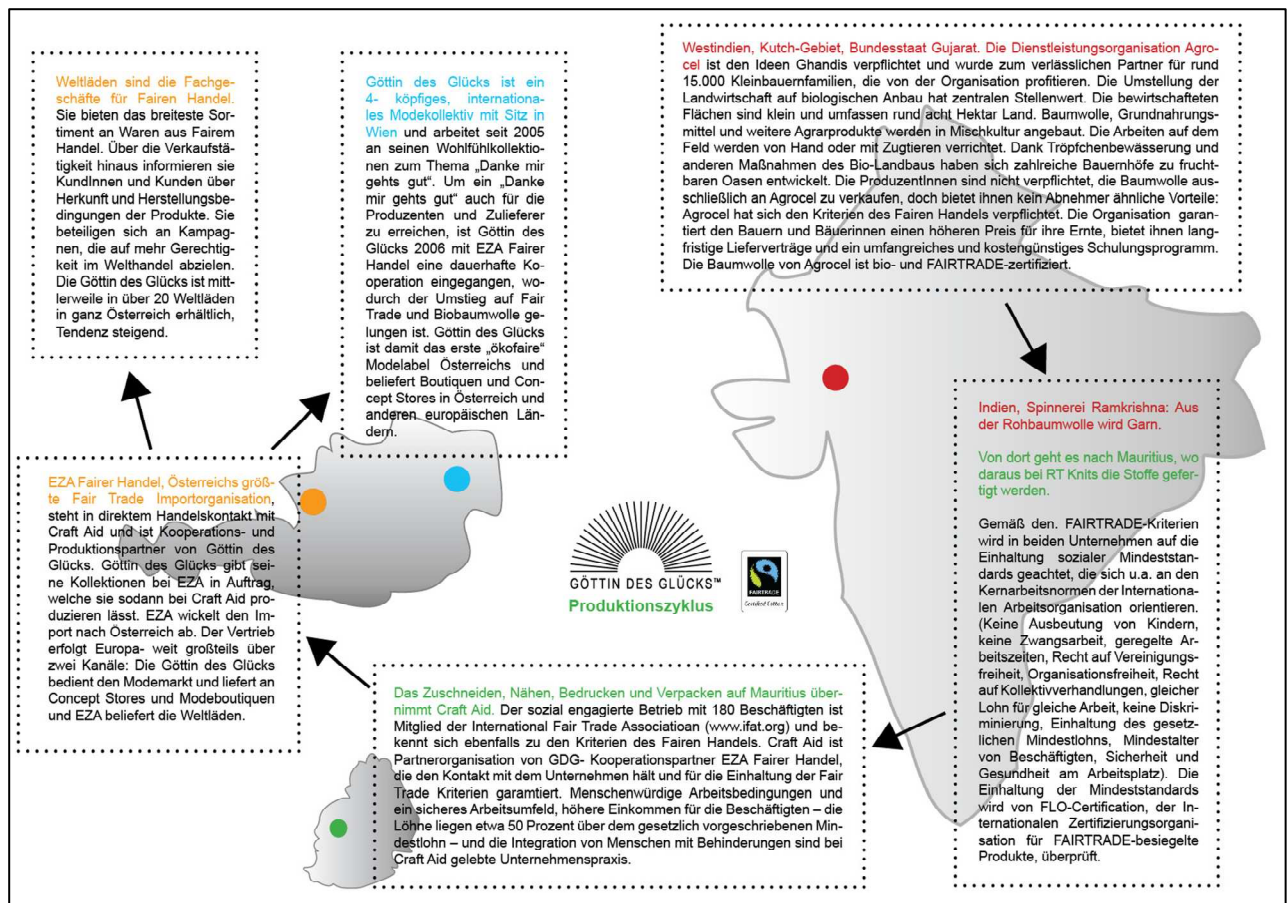
Schwarz, Kerl, Steiner und Pelzer sind sich einig, dass die Gesellschaft in Zukunft vom Konsum von wenigen, dafür aber mit dem Fairtrade-Siegel zertifizierten Kleidungsstücken überzeugt werden sollte. Die KonsumentInnen sollten sich die Frage stellen, wie viele der Kleidungsstücke in ihrem Kleiderschrank sie wirklich brauchen oder tragen. Mit diesem Bewusstsein können und müssen KonsumentInnen Mainstream-Unternehmen darauf aufmerksam ma-

chen, dass es eine Möglichkeit für Verbesserungen in den Arbeitsbedingungen der Bekleidungsproduktion gibt und dass die KonsumentInnen an dieser Möglichkeit interessiert sind. Kerl spricht als Einziger die Problematik an, dass von der Fairtrade-Mode aktuell noch gar nicht alle Bereiche der Nachfrage abgedeckt werden können. Fair gehandelte Laufschuhe stellen beispielsweise noch ein Wunschdenken von Clean Clothes dar.

**Über die Sparte der Biomode sollen KonsumentInnen und UnternehmerInnen sensibilisiert und ein erster Schritt in Richtung fair gehandelter Mode gesetzt werden.**

Sowohl Schwarz als auch Muhr wiesen darauf hin, dass KonsumentInnen zur Zeit leichter über Mode aus biologisch produzierten Ressourcen ansprechbar sind, als über fair gehandelte Mode, die stark soziale Aspekte beinhaltet. Sie belegten ihre Einschätzung auch mit Beispielen. Sowohl DesignerInnen und in weiterer Folge eben auch KonsumentInnen legen nach Einschätzungen von Schwarz zunehmend mehr Wert darauf, dass biologische und fair gehandelte Baumwolle für die Produktion ihrer Kleidungsstücke verwendet wird. Ein Grund für diese eingeschränkte Sicht auf „fairen“ Handel in der Bekleidungsproduktion ist laut Schwarz die geringe Bekanntheit des Labels „Fairtrade“. Marktstudien belegen allerdings, dass sich das zunehmend ändert und der Bekanntheitsgrad dieses Zertifikats in Österreich mittlerweile bei über 80% liegt. Aktuell wird verstärkt versucht, über die grüne Bioschiene an die KonsumentInnen heranzutreten. Dies zeigt sich nach Schwarz an Veranstaltungen wie dem „Modedepot“ in Wien, der 2010 den Schwerpunkt auf grüner Mode hatte. Nach der Expertin sollte man auf keinen Fall das eine – den ökologischen Bereich – gegen das andere – die fairen Arbeitsbedingungen – ausspielen. Ein wichtiger Schritt wäre also, diese beiden Labels zusammenzuführen und gemeinsam zu verfolgen.

Muhr argumentierte in Bezug auf die Produktkette und den Einsatz von Biobaumwolle, dass Baumwolle einfach nur der Rohstoff ist, den man als ersten Schritt für die Produktion besorgen muss. Für Biobaumwolle wird somit nur im ersten Schritt der Produktionskette etwas mehr bezahlt. Auch bei allen weiteren Schritten auf soziale und ökologische Kriterien zu achten, sei nach Muhr die wirkliche Herausforderung, die momentan fast kein Unternehmen einhalten kann. Muhr erklärte im ExpertInneninterview an einem Beispiel sehr anschaulich, warum es für Unternehmen relativ leicht ist, mit Biobaumwolle zu produzieren, aber schwieriger ist, soziale Kriterien bei der Bekleidungsproduktion einzuhalten:



**Abbildung 8: Eine faire Produktionskette am Beispiel von „Göttin des Glücks“**  
(Quelle: Göttin des Glücks)

Stellt man sich ein Kleidungsstück vor, das um 30 Euro im Handel angeboten wird, so kann man davon ausgehen, dass in etwa zwölf Euro für dieses Kleidungsstück an die Marke gehen, weil der Handel ca. das 2,5-fache von dem verlangt, was er selbst bezahlt hat. Von diesen zwölf Euro muss die Marke Abzüge für Lizenzgebühren für Labels, den Transport etc. rechnen. Der Rest bleibt übrig für die Produktion, die Konfektion, die Färberei, die Spinnerei etc. Wird für die Herstellung eines Kleidungsstückes statt der gewöhnlichen Baumwolle Biobaumwolle verwendet, die um etwa 10 Cent pro Kilo teurer als die gewöhnliche Baumwolle ist, ist dies für den Preis und die Produktion nur wenig ausschlaggebend.

Diese Entwicklung hin zu Biobaumwolle bringt zwar Vorteile für die Biobauern und Biobäuerinnen und für die Felder, kann aber nach Muhr keinen wirklichen Fortschritt darstellen, da soziale Aspekte der Produktion nicht berücksichtigt werden. Dass Nike, Adidas, H&M etc. vermehrt mit Biobaumwolle arbeiten, sieht Muhr als ersten Schritt in die richtige Richtung hin zur Arbeit mit sozialen und ökologischen Standards. Ausschlaggebend ist ihrer Meinung nach, dass die Handelsmarken nicht hier stehen bleiben, sondern sich auch darum kümmern, dass die Nähereien nicht ausgebeutet werden.

Die Stärke von Fairtrade-Unternehmen liegt auch in der Transparenz des Wirtschaftens. In Abbildung 8, in der die faire Produktionskette der Marke „Göttin des Glücks“ dargestellt wird, kann man nachvollziehen, mit welchen Rohstoffen aus welchen Teilen der Welt die Kleidungsstücke von „Göttin des Glücks“ erzeugt werden, wo sie genäht werden und wie sich die Zusammenarbeit und der Verkauf in den Ländern des Nordens gestaltet.

**Bildungs- und Aufklärungsarbeit sind für die Ausbildung eines kritischen Bewusstseins bei KonsumentInnen von besonderer Bedeutung. Um zu mündigen und kritischen KonsumentInnen heranwachsen zu können, müssen SchülerInnen handlungsorientiert und über ihre Lebenswelt an die Problematik der Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie herangeführt werden.**

Schwarz gab aufgrund ihres Arbeitshintergrundes und ihrer Erfahrung im Bildungsbereich viele sehr anschauliche Vorschläge wie ein kritisches KonsumentInnenbewusstsein entwickelt werden kann. Dabei ging sie einerseits auf das Angebot an Workshops des Vereins Südwind NÖ Süd ein, machte aber auch Vorschläge, die LehrerInnen eigenständig umsetzen könnten.

Die Workshops zeichnen sich nach Schwarz dadurch aus, dass sie didaktisch gut durchdacht sind, ansprechendes Material bieten und zum Weiterdenken anregen. LehrerInnen erhalten neue Ideen, wie mit anderen Unterrichtsformen, wie beispielsweise dem Stationenbetrieb, gearbeitet werden kann. Sie sehen, wie man einen für SchülerInnen spannenden Zugang zu einem Thema findet. Im Bekleidungsworkshop gibt es beispielsweise eine Station, bei der eine Jeans in verschieden große Teile nach dem Motto „Wer verdient wie viel an einer Jeans?“ zerteilt wird. Die Größe der Teile steht dabei prozentuell für die Entlohnung der verschiedenen AkteurInnen im Globalen Produktionsnetzwerk. Eine Station, bei der SchülerInnen auch selbst nähen sollen und einen ähnlichen Druck in Bezug auf die Geschwindigkeit wie die ArbeiterInnen bei der Akkordarbeit verspüren, ist ebenfalls Teil des Workshops.

Außerdem werden Rollenspiele angeboten, bei denen sich SchülerInnen in vorgegebene Rollen verschiedener Beteiligter an der Bekleidungsproduktion (NäherIn, VertreterIn des Markenunternehmens, VertreterIn des Zulieferbetriebs etc.) hineinversetzen müssen. Die Stationen der Workshops sind methodisch so gestaltet, dass sie SchülerInnen ansprechen und dem didaktischen Anspruch der Handlungsorientierung gerecht werden.

Die Darstellung „Wer verdient wie viel an einer Jeans?“ (siehe Abbildung 9), die im Rahmen der Clean Clothes Kampagne entwickelt wurde, findet man nach Einschätzung von Schwarz bereits in fast jedem Schulbuch. Dies bedeutet, dass der didaktische Ansatz von Clean Clothes mit dem Blick auf das Produkt (siehe Turnschuh oder Jeans) den Sprung in den Mainstream



**Abbildung 9: Wer verdient wie viel an einer Jeans?**

(vgl. Quelle: Clean Clothes Kampagne)

der Unterrichtsmaterialien geschafft hat. Die abstrakte, schwer verständliche und nicht an der Lebenswelt der SchülerInnen orientierte Theorie der Preisbildung über Angebot und Nachfrage wird durch dieses Beispiel übrigens verworfen. Preisbildung bei einem T-Shirt funktioniert eben nicht über Angebot und Nachfrage, sondern durchläuft viel komplexere Prozesse, wie man an den Produktionsverlagerungen auf der Suche nach den billigsten Arbeitskräften sehen kann. Damit SchülerInnen die Problematik und ihre Hintergründe besser verstehen können, muss man sich die Preisgestaltung auf einer einfachen Ebene ansehen, wie etwa am Beispiel der Jeans. So wird ein kritischer Zugang zum Thema gestaltet und das Bewusstsein dafür geschaffen, dass die Bekleidungsproduktion tatsächlich etwas ist, das den/die SchülerIn in seiner/ihrer Lebenswelt betrifft, da es sich dabei um seine/ihre Jeans handelt.

Bei der Projektarbeit in den Schulen steht für Schwarz der Spaß, kombiniert mit Engagement und Kreativität der SchülerInnen, im Vordergrund. Außerdem ist es für die SchülerInnen und für den Erfolg eines Projekts laut Schwarz bedeutend, Projekte nicht isoliert durchzuführen, sondern am Ende mit den Ergebnissen an die Öffentlichkeit zu gehen. Die Leistung, die die SchülerInnen erbracht haben, wird so öffentlich honoriert und es kann erstmals die Vernetzung mit anderen AkteurInnen geübt werden: Wie werden solche Projekte beispielsweise vom Bürgermeister/von der Bürgermeisterin, also von politischen HandlungsträgerInnen, aufgenommen und weiterverarbeitet? Welchen Einsatz und welches Engagement gibt es auf anderen Ebenen? Auf diese Weise wird eine Verbindung zur Politischen Bildung von SchülerInnen geschaffen. Die Erfahrung von Schwarz zeigt, dass sich SchülerInnen sehr wohl poli-

tisch engagieren und sich mit Politik auseinandersetzen, solange bei Zugängen lebensweltliche Ansätze verfolgt werden und SchülerInnen das Gefühl haben, dass sie bei ihrer Arbeit beachtet werden, Fortschritte machen, Sinn bei ihrer Tätigkeit verspüren und positives Feedback bekommen.

Schwarz argumentierte im Gespräch, dass die zuvor angesprochenen Inhalte Hauptbestandteile des Unterrichtsfachs Geographie und Wirtschaftskunde sind. Sogar die landeskundlichen Zugänge der Geographie könnten ihrer Meinung nach hier Eingang finden, wenn beispielsweise gemeinsam mit den SchülerInnen nachgeforscht wird, wo sich die Länder, in denen der Kaffee oder die Baumwolle wächst, in denen meine Jeans genäht wird etc., befinden. In Bezug auf landwirtschaftliche Produkte kann auch noch mit den landschaftsökologischen Zonen und mit dem Klima weitergearbeitet werden. So verstehen die SchülerInnen dann besser, warum welche Produkte wo auf der Erde wachsen. Das Interessante am Unterrichtsfach Geographie und Wirtschaftskunde ist, so argumentierte die Expertin, sich einem Inhalt bzw. einem Problem von verschiedenen Sichtweisen und Zugängen zu nähern.

**Vorbilder, Prominente und vor allem DesignerInnen animieren und stärken die Gesellschaft, sich für faire Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsproduktion zu engagieren. Auch Fairtrade-Unternehmen können Bildungs- und Bewusstseinsarbeit leisten, indem sie durch ihr Wirken und ihre Präsenz KonsumentInnen und andere UnternehmerInnen zum Umdenken anregen.**

Schwarz und Muhr sind sich einig, dass Vorbilder, seien es Prominente oder DesignerInnen, die Möglichkeit haben, die Gesellschaft zu animieren, sich für faire Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsproduktion einzusetzen.

Bildungsarbeit stützt sich nach Schwarz auf internationale Großereignisse, wie beispielsweise die Weltmeisterschaft in Südafrika 2010, die von NGOs zum Anlass genommen werden, um die Aufmerksamkeit der KonsumentInnen zu fokussieren. Kampagnen und Workshops begleiten im Vorfeld auf entwicklungspolitischer Ebene solche großen Events. Sehr hilfreich ist es laut Schwarz, wenn „berühmte“ Vorbilder bzw. Menschen die Ideen der Kampagne verkörpern und vorleben. Sie stehen nach Schwarz in der Öffentlichkeit und können die Denkweisen der Gesellschaft positiv beeinflussen und die Bevölkerung bei der Bewusstmachung unterstützen und bestärken. Aufgabe dieser ProtagonistInnen ist es auch, das Argument „Fairtrade-Produkte sind ja nichts Gescheites“ zu entkräften und die Gesellschaft vom Gegenteil zu überzeugen. Im Falle der Bekleidungsproduktion können neben Prominenten nach

Schwarz auch DesignerInnen als Vorbilder wirken, die selbst von fair gehandelter Mode überzeugt sind und als TrendsetterInnen gelten.

Muhr verkörpert die zuvor dargestellte Forderung von Schwarz, indem sie als Vertreterin der Fairtrade-Marke „Göttin des Glücks“ Menschen zum Denken mobilisieren will. Ihr ist klar, dass sich SozialhilfeempfängerInnen kein T-Shirt um 30 Euro leisten werden, meinte aber, dass ein großer Teil der Bevölkerung in unserem Land dieses Potential hätte. Diese Menschen sollten sich vom Konsumwahn verabschieden und begreifen, dass sie selbst zu Veränderungen beitragen können. Sie könnten sich dazu entschließen, anstatt zehn T-Shirts in der Saison nur mehr zwei, dafür qualitativ höherwertige und nach sozialen und ökologischen Kriterien produzierte Stücke zu kaufen. Die UnternehmerInnen der Marke „Göttin des Glücks“ sehen ihre Aufgabe einerseits darin, sozial und ökologisch faire Mode zu produzieren. Andererseits ist es ihnen aber auch ein Anliegen, in Schulen und in Nachhaltigkeitsseminare für LehrerInnen eingeladen zu werden und dort ein Bewusstsein für Möglichkeiten des Bekleidungskaufes abseits des Mainstream-Denkens zu schaffen. Da die SchülerInnen die KonsumentInnen von heute und die UnternehmerInnen von morgen sind und bei ihnen teilweise bereits ein Umdenken in Gang ist, könnte nach Ansicht Muhrs auf diese Weise ein wichtiger Schritt in Richtung Fairtrade-Mode gemacht werden. Für andere Unternehmen könnte „Göttin des Glücks“ als Vorbild dienen und eine Möglichkeit eines „anderen Wirtschaftens“ zeigen. Dass die Fairtrade-Marke „Göttin des Glücks“ keine Marketingerfindung ist, sondern es darum geht, zu positiven Veränderungen beizutragen, ist nach Muhr ihre Stärke.

**KonsumentInnen verfügen über ein großes Machtpotential, sich für verbesserte Arbeitsbedingungen der Frauen in den Ländern des Südens einzusetzen. Sie können politisch aktiv werden und bei Markenunternehmen ihr Recht, dass die Produkte gewissen ökologischen und sozialen Standards entsprechen, einfordern.**

Alle ExpertInnen, die interviewt wurden, sind sich darüber einig, dass sich KonsumentInnen als AkteurInnen im Globalen Produktionsnetzwerk aktiv politisch einbringen sollen.

Kerl von der Clean Clothes Kampagne ist der Ansicht, dass verschiedene Wege kombiniert werden müssen, um bessere Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsproduktion zu erreichen. Er argumentierte im Gespräch, dass es nicht sinnvoll sei, keine Produkte von Unternehmen, aus deren Zulieferfabriken Missstände gemeldet werden, zu kaufen und nur mehr Fairtrade zertifizierte Mode zu beziehen. Dies würde einem Boykott von Markenunternehmen entsprechen und wäre nicht im Interesse der ArbeiterInnen. Die Fabriken würden in weiterer Folge Aufträge verlieren und die Frauen würden arbeitslos werden. Der Experte rät den Konsu-



**Abbildung 10: Vorderseite der Shopkarte der Clean Clothes Kampagne**  
(Quelle: Clean Clothes Kampagne)

**An die Geschäftsleitung von**

---

**Sehr geehrte Damen und Herren!**  
 Ich kaufe gerne bei Ihnen ein – Berichte über schlechte Arbeitsbedingungen in der internationalen Bekleidungs- und Sportartikelindustrie empören mich aber.  
 Ich möchte, dass die Kleidung, die ich bei Ihnen kaufe, auch fair produziert wird.

Deswegen würde mich interessieren,

- ob sich Ihr Unternehmen an einen Verhaltenskodex hält, der die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) beinhaltet,
- ob eine unabhängige Instanz die Einhaltung des Kodex überprüft,
- ob Sie sich dafür einsetzen, dass sich die ArbeitnehmerInnen Ihrer Lieferanten gewerkschaftlich organisieren und ihre Rechte einfordern können, ohne Sanktionen befürchten zu müssen.

In Erwartung Ihrer Antwort verbleibe ich mit freundliche Grüßen,

---

Datum, Unterschrift

---

Name, Adresse

Eine Aktion von **www.CLEANCLOTHES.at**

**Abbildung 11: Rückseite der Shopkarte der Clean Clothes Kampagne mit Text**  
(Quelle: Clean Clothes Kampagne)

mentInnen dazu, mehr Fairtrade-Produkte bzw. zertifizierte Mode zu kaufen, um Mainstream-Unternehmen zu zeigen, dass Interesse an fairen Produktionsbedingungen besteht. Gleichzeitig – und dieser Schritt steht bei Clean Clothes im Vordergrund – sollen die KonsumentInnen politisch aktiv werden, sprich an Eilaktionen („Urgent Actions“) teilnehmen, Petitionen unterschreiben, Shop Cards bei Markenunternehmen abgeben (siehe Abbildung 10 und 11) etc.

Die Aufforderung zum politischen Aktionismus steht bei Clean Clothes eindeutig im Vordergrund, da es laut Kerl, langfristig wenig Sinn macht, wenn H&M ein einziges ökologisch produziertes T-Shirt in sein Sortiment aufnimmt. Ziel für Clean Clothes und kritische KonsumentInnen ist es, bei den Markenunternehmen insgesamt bzw. in der gesamten Bekleidungsindustrie ein Umdenken zu erreichen. Dafür ist ausdauernde und hartnäckige politische Aktivität von Seiten der KonsumentInnen erforderlich. Wichtig ist, dass KonsumentInnen nicht aufgeben, E-Mails an Unternehmensleitungen zu schreiben und Petitionen zu unterschreiben. In diese Richtung argumentierten auch Schwarz, die honduranischen Frauen und die Vertreterinnen der Frauensolidarität in den einzelnen ExpertInneninterviews. Sie sehen die Arbeit der NGOs mit den KonsumentInnen in den Ländern des Nordens als wichtiges Instrument, um ArbeiterInnen zu unterstützen, ArbeiterInnenrechte durchzusetzen und die Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsproduktion zu verbessern. Erfolge bei der Kampagnenarbeit, wie man am Beispiel der Kampagne gegen Fruit of the Loom und Nike (siehe Kapitel 3.4.1) sehen kann, unterstützen diese Argumentationsweise.

### **3.5 „*Wer will, dass die Welt so bleibt, wie sie ist, der will nicht, dass sie bleibt.*“ (Erich Fried)**

#### **Prognosen für die Zukunft der Maquiladora-Industrie Mittelamerikas**

Für die Frauen stellen die Arbeitsplätze in den Maquiladoras in Mittelamerika derzeit eine wichtige Möglichkeit für eine bezahlte Erwerbstätigkeit dar. Um auch in Krisenzeiten regelmäßig Arbeit zu haben, erwarten die Frauen Solidarität von KonsumentInnen und NGOs in den Ländern des Nordens. Mit Hilfe der NGOs im Norden, die mit NGOs oder Gewerkschaften im Süden vernetzt sind, sollen sich KonsumentInnen für die Einhaltung der Arbeitsrechte der Frauen aussprechen und einsetzen. Nur so besteht die Möglichkeit, dass die Arbeit „des Nähens“ in der Bekleidungsproduktion unter würdigen Bedingungen stattfinden kann.

Verhaltenskodizes von Markenunternehmen sind sinnvoll, jedoch nur dann, wenn sie wichtige Standards wie existenzsichernde Mindestlöhne oder geschlechtersensible Regelungen enthalten. Kombiniert werden müssen sie auf alle Fälle mit unabhängigem Monitoring. Gerade im Hinblick auf gendersensible Themenbereiche scheint es, wie die ExpertInnen in den Interviews bestätigen, noch Aufholbedarf zu geben.

Die stärkere Nachfrage der KonsumentInnen nach ökologisch und sozial zertifizierten Kleidungsstücken und das vermehrte Angebot von Unternehmen an derartiger Mode können ein weiterer wichtiger Baustein sein, um für ein Umdenken in der Bekleidungsproduktion zu sorgen. Bei Produkten, wie beispielsweise Laufschuhen, die noch nicht im Rahmen von Fairtrade

angeboten werden, bleibt KonsumentInnen die Möglichkeit auf das Angebot von Mainstream-Unternehmen zurückzugreifen. Nichtsdestotrotz sollte aber mit der Abgabe einer Shop-Card oder einem E-Mail an die Marke politisches Interesse für die Arbeitsbedingungen bei der Produktion artikuliert werden. Durch die Bildungsarbeit von NGOs, Fairtrade-Unternehmen und LehrerInnen in Schulen soll sich die Gesellschaft in den Ländern des Nordens kritisch mit ihrem Bekleidungskonsum auseinandersetzen, für die Produktionsbedingungen in den Ländern des Südens sensibilisiert werden und in weiterer Folge politische Aktivität zeigen.

Um langfristig positive Veränderungen in den Arbeitsbedingungen der Bekleidungsproduktion anzustoßen und den Kreislauf an Produktionsverlagerungen zu den geographischen Orten mit den gerade niedrigsten Produktions- und Lohnkosten zu durchbrechen, wird eine noch bessere Zusammenarbeit der verschiedenen AkteurInnen im Globalen Produktionsnetzwerk notwendig sein. Nicht nur Markenunternehmen, sondern auch Zulieferbetriebe, Regierungen, NGOs, Gewerkschaften mit ihren ArbeiterInnen sowie KonsumentInnen müssen Verantwortung übernehmen und ihren möglichen Beitrag dazu leisten, dass Frauen in der Bekleidungsproduktion unter würdigen Bedingungen arbeiten können.

## Resümee

In Zusammenhang mit der Schuldenkrise mittelamerikanischer Länder in den 1980er Jahren wurden Maquiladoras, sprich Fabriken, in denen Kleidungsstücke für den Export genäht werden, von Seiten der Regierungen, des IWFs und der Weltbank als Hoffnungsträger zur Verbesserung der wirtschaftlichen Lage propagiert. Mit dem Ziel, die Wirtschaft über den Agrarsektor hinaus zu diversifizieren und neue Arbeitsplätze zu generieren, bemühten sich die mittelamerikanischen Regierungen günstige Rahmenbedingungen zu schaffen (Infrastrukturmaßnahmen, Steuererleichterungen etc.), um attraktiv für ausländische InvestorInnen zu sein, die sich auf eine lohnintensive Produktion für den Export spezialisieren wollten. In Zusammenhang mit dem Freihandelsabkommen CAFTA, das den Ländern Vorteile einräumte, boomte die Maquiladora-Industrie in Mittelamerika. Ab 2004 kam es, mit dem Auslaufen des Multifaserabkommens und der starken Konkurrenz ostasiatischer Waren, zu einem Rückgang der Exporte aus mittelamerikanischen Maquiladoras. Auch die aktuelle weltweite wirtschaftliche Krisensituation verursacht Rückgänge in den Aufträgen und somit in der Produktion in den Zulieferbetrieben. Viele der Fabriken wurden in den letzten Jahren wieder geschlossen. Um in Zukunft wirtschaftlich wettbewerbsfähig zu sein bzw. zu bleiben, sollten mittelamerikanische Maquiladoras laut ExpertInnen auf den Vorteil der geographischen Nähe zum US-amerikanischen Absatzmarkt und auf die Produktion im „full-package“-Modell setzen, bei dem auch vor- und nachgelagerte Bereiche des Nähens in Unternehmen Mittelamerikas abgewickelt werden.

Eine große Gruppe an AkteurInnen im Globalen Produktionsnetzwerk sind Frauen als Näherinnen in den mittelamerikanischen Maquiladoras. Großteils ist ein Arbeitsplatz in der Maquiladora für die Frauen eine finanzielle Notwendigkeit. Er gibt ihnen aber auch die Chance, im Familiensystem eine unabhängigere Rolle einzunehmen. Dies erklärt, wieso die Frauen für ihre Erwerbsmöglichkeiten in den Maquiladoras kämpfen. Die Einhaltung der Arbeitsrechte ist ihre größte Forderung.

Die internationale Solidarität von Organisationen des Nordens, die mit Frauenorganisationen, Gewerkschaften und NGOs aus Ländern des Südens zusammenarbeiten, leistet einen wichtigen Beitrag, die Frauenarbeitsplätze einerseits vor Verlagerungen zu bewahren und sich andererseits für die Einhaltung der Arbeitsrechte bei der Produktion einzusetzen.

Viele Unternehmen haben nicht zuletzt auf Druck der KonsumentInnen mittlerweile Verhaltenskodizes entwickelt. Deren Einhaltung muss durch unabhängiges externes Monitoring unter Einbezug der betroffenen ArbeiterInnen überprüft werden. Vor allem der Forderung nach

gendersensiblen Maßnahmen in den Kodizes wie beispielsweise Mutterschutz, Karenzgeld, Transport zur/von der Arbeit sollte eine größere Aufmerksamkeit zukommen. Mit der Erziehungs- und Versorgungsarbeit leisten Frauen einen wichtigen Beitrag für die soziale Reproduktion einer Gesellschaft. Sie müssen in ihrer Arbeitstätigkeit sowohl in der ökonomischen Produktion als auch in der sozialen Reproduktion unterstützt werden.

Alle AkteurInnen haben die Aufgabe, einen Beitrag zu verbesserten Arbeitsbedingungen in der Maquiladora zu leisten: Regierungen, Unternehmen, NGOs, KonsumentInnen, Zulieferbetriebe und ArbeiterInnen. So müssen etwa ArbeiterInnen und NGOs politisch aktiv werden und würdige Arbeitsbedingungen einfordern. Regierungen und Unternehmen sind gefordert, die Einhaltung von Gesetzen und Verhaltenskodizes zu kontrollieren.

Die Auswertung der Interviews mit entwicklungspolitisch arbeitenden ExpertInnen aus Österreich zeigt im Detail auf, welche Macht und Möglichkeiten die einzelnen Beteiligten im Globalen Produktionsnetzwerk haben, um zur Verbesserung der Arbeitsrechte in der Bekleidungsherstellung beizutragen. Besondere Aufmerksamkeit wurde in der Auswertung den Handlungsmöglichkeiten der KonsumentInnen geschenkt: Sie können die Markenunternehmen auf ihre Verantwortung bei der Produktion hinweisen. In handlungsorientiertem Unterricht, der die Lebenswelt der SchülerInnen miteinbezieht, sollen diese beim Heranwachsen zu kritischen KonsumentInnen begleitet werden.

Verantwortlich für Verbesserungen, um den Teufelskreis aus niedrigen Löhnen und Abwanderung von Zulieferbetrieben zu stoppen, sowie dafür, dass Arbeitsrechte und Standards in Verhaltenskodizes eingehalten werden, sind alle AkteurInnen im Globalen Produktionsnetzwerk: ArbeiterInnen, Gewerkschaften und NGOs, die über politischen Aktivismus und Solidarität die Einhaltung der Arbeitsrechte einfordern und kontrollieren; Staaten und Regierungen, die Arbeitsgesetze und Investitionsregelungen einführen und diese einer Kontrolle unterziehen; Unternehmen, die Verantwortung für die Herstellung ihrer Kleidungsstücke übernehmen und ihren Zulieferbetrieben eine Produktion unter geringerem zeitlichen und finanziellen Druck ermöglichen, und KonsumentInnen in den Ländern des Nordens, die über politische Aktivität und mit globalem Denken ihr Interesse an fair gehandelten Produkten sowie würdigen Arbeitsbedingungen bei der Herstellung ihrer Kleidungsstücke demonstrieren.

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Exportprodukte (Wert von Mio. US-\$) zentralamerikanischer Länder in der Textil- und Bekleidungsindustrie in die USA 1990 bis 2000 .....	18
Abbildung 2:	Anteil der Importe in die USA im Textil- und Bekleidungssektor 1990 bis 2008 nach Ländern bzw. Ländergruppen .....	19
Abbildung 3:	Die Wertschöpfungskette der Bekleidungsindustrie .....	38
Abbildung 4:	AkteurInnen im Globalen Produktionsnetzwerk der Bekleidungsindustrie am Beispiel Mittelamerika .....	41
Abbildung 5:	Kampf um die Frauenrechte .....	58
Abbildung 6:	Veranstaltung „Im Schatten des Profits“ am Institut für Geographie & Regionalforschung .....	103
Abbildung 7:	Die Aktivistinnen Carla Erazo und Gina Cano aus Honduras .....	103
Abbildung 8:	Eine faire Produktionskette am Beispiel von „Göttin des Glücks“ .....	128
Abbildung 9:	Wer verdient wie viel an einer Jeans? .....	130
Abbildung 10:	Vorderseite der Shopkarte der Clean Clothes Kampagne .....	133
Abbildung 11:	Rückseite der Shopkarte der Clean Clothes Kampagne mit Text .....	133

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Anreizsysteme für die Errichtung von Maquiladoras in Zentralamerika .....	15
------------	---	----

## Verzeichnis der ExpertInneninterviews

Dr.<sup>in</sup> Ingrid Schwarz, 6. Mai 2010, Büro des Vereins Südwind NÖ Süd, Wiener Neustadt

Mag. Stefan Kerl, 11. Mai 2010, Büro der Südwind Agentur, Wien

Gina Cano und Carla Erazo, Veranstaltung „Im Schatten des Profits“, 18. Mai 2010, Institut für Geographie & Regionalforschung und C3, Wien

DI<sup>in</sup> Lisa Muhr, 19. Mai 2010, Büro des Unternehmens „Göttin des Glücks“, Wien

Mag.<sup>a</sup> Kathrin Pelzer und Mag.<sup>a</sup> Petra Steiner, 8. Juni 2010, Weltcafé, Wien

Werner Hörtnner, 9. Juni 2010, Büro der Südwind Agentur, Wien

## Foto- bzw. Abbildungsnachweis

Abbildung 4: Hintergrundfotos

Frauensolidarität <http://www.frauensolidaritaet.org/>, 3.6.2010, 13:35 Uhr,  
[http://p3.focus.de/img/gen/O/L/HBOLQgZ0\\_Pxgen\\_r\\_380xA.jpg](http://p3.focus.de/img/gen/O/L/HBOLQgZ0_Pxgen_r_380xA.jpg), 3.6.2010, 13:45 Uhr

Abbildung 6: Frauensolidarität, Mag.<sup>a</sup> Petra Steiner

Abbildung 7: Frauensolidarität, Mag.<sup>a</sup> Petra Steiner

Abbildung 8: Göttin des Glücks

<http://www.goettindesgluecks.com/presseportal/presstexte>, 25.6.2010, 9:00 Uhr

Abbildung 9: Clean Clothes Kampagne

<http://doku.cac.at/jeansplakat.jpg>, 24.6.2010, 10:00 Uhr

Abbildung 10: Clean Clothes Kampagne

[http://doku.cac.at/shopkarte\\_final\\_080306.pdf](http://doku.cac.at/shopkarte_final_080306.pdf), 22.6.2010, 13:15 Uhr

Abbildung 11: Clean Clothes Kampagne

[http://doku.cac.at/shopkarte\\_final\\_080306.pdf](http://doku.cac.at/shopkarte_final_080306.pdf), 22.6.2010, 13:15 Uhr

## Literaturverzeichnis

ABERNATHY, Frederick H., VOLPE, Anthony, WEIL, David (2006): The future of the apparel and textile industries: prospects and choices for public and private actors. *Environment and Planning A* 38, 2207–2232

ABERNATHY, Frederick H., DUNLOP, John T., HAMMOND, Janice H., WEIL, David (2004): Globalization in the Apparel and Textile Industries: What is New and What is Not? *Locating global advantage: Industry dynamics in the international economy*. Stanford: Stanford University Press, 23–51

ABOUHARB, M. Rodwan, CINGRANELLI, David (2007): Human Rights and Structural Adjustment. Cambridge: Cambridge University Press

ACEVEDO, Alejandra, MOLD, Andrew, PEREZ CALDENTEY, Esteban (2009): The Analysis of 'Leading sectors': A long-term view of 18 Latin American economies. München: Munich Personal RePEc Archive, (=Munich Personal RePEc Archive 15017). Elektronische Version: [http://mpra.ub.uni-muenchen.de/15017/1/MPRA\\_paper\\_15017.pdf](http://mpra.ub.uni-muenchen.de/15017/1/MPRA_paper_15017.pdf), 13.3.2010, 10:00 Uhr

ALSCHER, Stefan (2001): Märkte, Migration, Maquiladoras. Berlin: Institut für Sozialwissenschaften, (=Demographie aktuell 16)

ALTENBURG, Tilman (1999): Industrialisierung in Entwicklungsländern: Chancen angesichts eines globalen technologisch-organisatorischen Strukturwandels. In: Parnreiter, Christof/Novy, Andreas/Fischer, Karin (Hrsg.): *Globalisierung und Peripherie*. Frankfurt am Main: Brandes und Apsel, Wien: Südwind, 75–94

APPELBAUM, Richard P., GEREFFI, Gary (1994): Power and profits in the apparel commodity chain. In: Bonachic, Edna/Cheng, Lucie/Chinchilla, Norma/Hamilton, Nora/Ong, Paul (Hrsg.): *Global Production: the Apparel Industry in the Pacific Rim*. Philadelphia: Temple University Press, 42–64

ARMBRUSTER-SANDOVAL, Ralph (2003): Globalization and Transnational Labor Organizing. The Honduran Maquiladora Industry and the Kimi Campaign. *Social Science History* 27 (4), 551–576

ASCOLY, Nina, ZELDENRUST, Ineke (2002): Working with codes: perspectives from the Clean Clothes Campaign. In: Jenkins, Rhys/Pearson, Ruth/Seyfang, Gil: *Corporate Responsibility and Labour Rights*. London: Earthscan, 172–183

ATTESLANDER, Peter (2008): Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin: Erich Schmidt

BAIR, Jennifer (2006): Regional trade and production blocs in a global industry: towards a comparative framework for research. *Environment and Planning A* 38, 2233–2252

BAIR, Jennifer, DUSSEL PETERS, Enrique (2006): Global Commodity Chains and Endogenous Growth: Export Dynamism and Development in Mexico and Honduras. *World Development* 34 (2), 203–221

- BAIR, Jennifer, GEREFFI, Gary (2003): Upgrading, uneven development and jobs in the North American apparel industry. *Global Networks* 3 (2), 142–169
- BARRIENTOS, Stephanie, SMITH, Sally (2007): Do Workers Benefit from Ethical Trade? Assessing codes of labour practice in global production systems. *Third World Quarterly* 28 (4), 713–729
- BARRIENTOS, Stephanie (2002): Mapping codes through the value chain: from researcher to detective. In: Jenkins, Rhys/Pearson, Ruth/Seyfang, Gil: *Corporate Responsibility and Labour Rights*. London: Earthscan, 61–76
- BATHELT, Harald, GLÜCKLER, Johannes (2002): *Wirtschaftsgeographie*. Stuttgart: Verlag Eugen Ulmer
- BECKER-SCHMIDT, Regina (2010): Doppelte Vergesellschaftung von Frauen: Divergenzen und Brückenschläge zwischen Privat- und Erwerbsleben. In: Becker, Ruth/Kartendiek, Beate (Hrsg.): *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 65–74
- BELLMAN, Mary J. (2004): Rationality and Identity in the Participation Choices of Female Maquila Workers. *Comparative Political Studies* 37, 563–589
- BÉRTOLA, Luis (2007): Lateinamerika in Zeiten der Globalisierung. In: Becker, Joachim/Imhof, Karen/Jäger, Johannes/Staritz, Cornelia (Hrsg.): *Kapitalistische Entwicklung in Nord und Süd*. Wien: Mandelbaum Verlag, 63–90
- BLACK, Jeremy (Hrsg.) (2006): *Atlas der Weltgeschichte*. Augsburg: Weltbild
- BLOKKER, Niels (1989): *International regulation of world trade in textiles*. Leiden: Universität Leiden, Dissertation
- BOGNER, Alexander, MENZ, Wolfgang (2005): Das theoriegenerierende Experteninterview. Erkenntnisinteresse, Wissensformen, Interaktion. In: Bogner, Alexander/Littig, Beate/Menz, Wolfgang (Hrsg.): *Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 33–70
- BRAIG, Mariane (1995): Wie die Inseln das Festland eroberten. *ila* (Informationsstelle Lateinamerika) 185, 4ff
- BLUME, Tillmann, MAURITZ, Carsten, WALTHER, Michael (2008): Globale Wertschöpfungsketten und Stoffströme. *Geographische Rundschau* 60 (9), 52–58
- BUITELAAR, Rudolf, PADILLA PÉREZ, Ramón (2000): Maquila, Economic Reform and Corporate Strategies. *World Development* 28 (9), 1627–1642
- BUITELAAR, Rudolf, PADILLA PÉREZ, Ramón, URRUTIA, Ruth (1999): Industria Maquiladora y cambio técnico. *CEPAL* 67, 133–152
- CARR, Marylin, CHEN, Martha (2004): Globalization, social exclusion and gender. *International Labour Review* 143 (1–2), 129–160

CAÑAS, Mercedes, MARTÍNEZ, Yolanda, SANDINO, Marisol Pastora, CORTEZ, Magaña José Teodoro (1998): Los derechos humanos y la maquila en El Salvador. San Salvador: Procuraduría para la Defensa de los Derechos Humanos de la Mujer

COE, Neil M., DICKEN, Peter, HESS, Martin (2008): Global production networks: realizing the potential. *Journal of Economic Geography* 8, 271–295

COLLINS, Jane (2007): The Rise of a Global Garment Industry and the Reimagination of Worker Solidarity. *Critique of Anthropology* 27, 395–409

CONDO, Arturo et al. (2003): Textiles en Centroamérica. Costa Rica, Nicaragua: CLACDS (Centro Latinoamericano de Competitividad y Desarrollo Sostenible) INCAE Business School. Elektronische Version: <http://www.incae.com/ES/clacds/nuestrasinvestigaciones/pdf/cen1604.pdf>, 1.3.2010, 20:55 Uhr

CONNOR, Tim (2007): Rewriting the rules. Newcastle: Universität Newcastle Australien, Dissertation. Elektronische Version: <http://ogma.newcastle.edu.au:8080/vital/access/manager/Repository/uon:2747/ATTACHMENT02>, 4.4.2010, 11:00 Uhr

COSTARGROUP (2008): Textilera de USA cerrará tres plantas en el Istmo. 2.10.2008. Washington DC: CoStarGroup, Elektronische Version: [http://www.centralamericadata.com/es/article/home/Textilera de USA cerrara tres plantas en el Istmo](http://www.centralamericadata.com/es/article/home/Textilera%20de%20USA%20cerrara%20tres%20plantas%20en%20el%20Istmo), 28.2.2010, 16:00 Uhr

CROPLEY, Arthur J. (2008): Qualitative Forschungsmethoden. Eine praxisnahe Einführung. Eschborn: Klotz

DICKEN, Peter, LLOYD, Peter (1999): Standort und Raum. Stuttgart: Verlag Eugen Ulmer

DUSSEL PETERS, Enrique (2009): Políticas e Instrumentos para profundizar la integración regional de la industria del vestido en la zona del TLCAN. Mexiko D.F.: Cámara Nacional de la Industria del Vestido (CNIV)

DUSSEL PETERS, Enrique (2008): GCCs and Development: A Conceptual and Empirical Review. *Competition & Change* 12 (1), 11–27

DUSSEL PETERS, Enrique (2005): Economic Opportunities and Challenges Posed by China for Mexico and Central America. Bonn: Deutsches Institut für Entwicklungspolitik

EMIH, FONDO ACI-ERP (Hrsg.) (2009): Mujeres por la Justicia Económica. San Pedro Sula, Tegucigalpa: EMIH, Fondo ACI-ERP

ENGELS, Benno (1990): Multifaserabkommen und GATT-Verhandlungen. *Nord-Süd Aktuell* 4 (1), 106–118

FERNÁNDEZ-KELLY, María Patricia (2007): The Global Assembly Line in the New Millennium: A Review Essay. *Journal of Women in Culture and Society* 32 (2), 509–521

FERNÁNDEZ-KELLY, María Patricia (1997): Maquiladoras: The view from the inside. In: Visvanathan, Nalini et al.: *The women, gender and development reader*. London, New Jersey: Zed Books, 203–215

- FERNÁNDEZ-KELLY, María Patricia (1983): For we are sold, I and my people. Women and Industry in Mexico`s Frontier. Albany: State University of New York Press
- FIEO NEWS (Hrsg.) (2009): Retroactive Refunds on CAFTA-DR Cut-and-Sewn Apparel. New Delhi: FIEO (Federation of Indian Export Organisations). Elektronische Version: <http://www.fieomail.org/uploads/files/1237197868hbs067kllq2ii7djqid65kh6h3cafta.pdf>, 5.5. 2010, 9:30 Uhr
- FLICK, Uwe (Hrsg.) (2005): Qualitative Sozialforschung. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt
- FRAUENSOLIDARITÄT (Hrsg.) (2008): FAQ – Arbeitsrechte für Frauen in der informellen Wirtschaft. Wien: Frauensolidarität
- FRITSCH, Eduard (1995a): Unheilvolle Unternehmen. *ila* (Informationsstelle Lateinamerika) 185, 8f
- FRITSCH, Eduard (1995b): Goldene Betten für Unternehmen. *ila* (Informationsstelle Lateinamerika) 185, 21f
- FRÖBEL, Folker, HEINRICHS, Jürgen, KREYE, Otto (1986): Umbruch in der Weltwirtschaft. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt
- FUSSEL Elizabeth (2000): Making Labor Flexible: The Recomposition of Tijuana`s Maquiladora Female Labor Force. *Feminist Economics* 6 (3), 59–79
- GALLAGHER, Kevin P., PORZECANSKI, Roberto (2008): China Matters. China`s Economic Impact in Latin America. *Latin American Research Review* 43 (1), 185–272
- GARZ, Detlef (Hrsg.) (1991): Qualitativ-empirische Sozialforschung. Opladen: Westdeutscher Verlag
- GEREFFI, Gary, HUMPHREY, John, STURGEON, Timothy (2005): The governance of global value chains. *Review of International Political Economy* 12 (1), 78–104
- GILDEMEISTER, Regine (2010): Doing gender. Soziale Praktiken der Geschlechterunterscheidung. In: Becker, Ruth/Kartendiek, Beate (Hrsg.): *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 137–145
- GITLI, Eduardo (1997): La industria de la maquila en Centroamérica. Informe para el Seminario Subregional de Empleadores de Centroamérica y República Dominicana. San José: International Labour Organization
- GLÄSER, Jochen, LAUDEL, Grit (2004): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften
- GÖBEL, Elisabeth (2006): Unternehmensethik. Stuttgart: Lucius & Lucius

GUDIEL, Vernick (2008): Cierra maquila de prendas deportivas. *el Periódico de Guatemala*, 4.7.2008. Elektronische Version: <http://www.elperiodico.com.gt/es/20080704/economia/60139>, 28.2.2010, 15:25 Uhr

HALE, Angela, WILLS, Jane (2007): Women Working Worldwide: transnational networks, corporate social responsibility and action research. *Global Networks* 7 (4), 453–476

HERNÁNDEZ, René A. (2007): Is the phasing out of the Agreement on Textiles and Clothing eroding competitiveness in Central America and the Dominican Republic. *CEPAL Review* 93, 105–123

HOPF, Christel (2005): Qualitative Interviews – ein Überblick. In: Flick, Uwe/von Kardoff, Ernst/Steinke, Ines (Hrsg.): *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 349–359

HUALDE, Alfredo (2003): ¿Existe un modelo maquilador? Reflexiones sobre la experiencia mexicana y centroamericana. *Nueva Sociedad* 184, 86–101. Elektronische Version: [http://www.nuso.org/upload/articulos/3112\\_1.pdf](http://www.nuso.org/upload/articulos/3112_1.pdf), 27.10.09, 11:30 Uhr

INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION (Hrsg.) (2009): The financial and economic crisis. A decent work response. Genf: International Institute for Labour Studies

INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION (Hrsg.) (2000): Labour practices in the footwear, leather, textiles and clothing industry, Genf: International Labour Office. Elektronische Version: <http://www.ilo.org/public/english/dialogue/sector/techmeet/tmlfi00/tmlfi-r.pdf>, 19.11.09, 13:15 Uhr

JANSEN, Hans G.P, MORLEY, Sam, KESSLER, Gloria, PIÑEIRO, Valeria, SANCHÉZ, Marco, TORERO, Máximo (2007): The impact of the Central America Free Trade Agreement on the Central American Textile Maquila Industry. Washington DC: IFPRI (International Food Policy Research Institute) Discussion Paper. Elektronische Version: <http://www.ifpri.org/sites/default/files/publications/ifpridp00720.pdf>, 2.3.2010, 23:45 Uhr

JENKINS, Rhys, DUSSEL PETERS, Enrique, MESQUITA MOREIRA, Mauricio (2008): The Impact of China on Latin America and the Caribbean. *World Development* 36 (2), 235–253

JENKINS, Rhys (2002): The political economy of codes of conduct. In: Jenkins, Rhys/Pearson, Ruth/Seyfang, Gil: *Corporate Responsibility and Labour Rights*. London: Earthscan, 13–30

JOHANSSON, Helena (1994): The Economics of Export Processing Zones Revisited. *Development Policy Review* 12, 387–402

JÜTTING, Johannes (2009): Rising informal employment will increase poverty. Paris: OECD. Elektronische Version: [http://www.oecd.org/document/22/0,3343,en\\_2649\\_34487\\_42\\_529878\\_1\\_1\\_1\\_1,00.html](http://www.oecd.org/document/22/0,3343,en_2649_34487_42_529878_1_1_1_1,00.html), 29.6.2010, 22:30 Uhr

KAMEL, Rachael, HOFFMAN, Anya (Hrsg.) (1999): The Maquiladora Reader: Cross-border organizing since NAFTA. Philadelphia: American Friends Service Committee

KAMPAGNE FÜR 'SAUBERE KLEIDUNG' (Hrsg.) (2008): Die Hürden überwinden: Schritte zur Verbesserung von Löhnen und Arbeitsbedingungen in der globalen Sportbekleidungsindustrie. Münster-Roxel: Kleyer

KING DEJARDIN, Amelita (2008): Gender Dimensions of Globalization. Genf: International Labour Organization. Discussion Paper presented at the meeting on "Globalisation – Decent Work and Gender", September 4, 2008. Elektronische Version: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---integration/documents/meetingdocument/wcms\\_100856.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---integration/documents/meetingdocument/wcms_100856.pdf), 22.3.2010, 13:00 Uhr

KÖPKE, Ronald (2003): Die movimiento María Elena Cuadra in Nicaragua. Eine andere Form der Organisation von Textilarbeiterinnen. In: Terre des Femmes e.V. (Hrsg.): *Mode, Macht & Frauenrechte*. Tübingen: Terre des Femmes e.V., 35–39

KÖPKE, Ronald, RÖHR Wolfgang (2003): Codes of Conduct. Köln: PapyRossa

KRÄMER, Thomas (2005): Angst vor Massenentlassungen. Die Situation der Maquilas in Mittelamerika nach dem Ende des Welttextilabkommens. *Lateinamerika Nachrichten* 371, 31–34

KRÄMER, Thomas (2002): Zur Kontrolle von Verhaltenskodizes der Bekleidungskonzerne. Soziale Mindeststandards globalisieren! In: Christliche Initiative Romero (Hrsg.): "Wir sind keine Maschinen". *Globalisierte Bekleidungsproduktion am Beispiel Mittelamerika*. Münster: Kleyer, 34ff

KRUGMAN, Paul (1997): In Praise of Cheap Labor. Bad Jobs at bad wages are better than no jobs at all. *Slate Magazine* 21. März 1997. Elektronische Version: <http://www.slate.com/id/1918>, 15.3.2010, 10:45 Uhr

KRUPAT, Kitty (2002): Rethinking the Sweatshop: A Conversation About United Students Against Sweatshops (USAS) with Charles Eaton, Marion Traub-Werner, and Evelyn Zepeda. *International Labor and Working-Class History* 61, 112–127

KUSAGO, Takayoshi, TZANNATOS, Zafiris (1998): Export Processing Zones. A Review in Need of Update. Social Protection Group Human Development Network, Washington DC: Weltbank. Elektronische Version: [http://siteresources.worldbank.org/SOCIAL\\_PROTECTION/Resources/SP-Discussion-papers/Labor-Market-DP/9802.pdf](http://siteresources.worldbank.org/SOCIAL_PROTECTION/Resources/SP-Discussion-papers/Labor-Market-DP/9802.pdf), 23.2.2010, 20:30 Uhr

KÜBLBÖCK, Karen, STARITZ, Cornelia (2007): Internationale Verschuldung und (Unter-)Entwicklung. In: Becker, Joachim/Imhof, Karen/Jäger, Johannes/Staritz, Cornelia (Hrsg.): *Kapitalistische Entwicklung in Nord und Süd*. Wien: Mandelbaum Verlag, 160–183

LARA, Rafael (2009): Anuncian cierre de 5 más. *El Nuevo Diario*, 27.4.2009. Elektronische Version: <http://www.elnuevodiario.com.ni/nacionales/46312>, 28.2.2010, 15:05 Uhr

LIM, Linda Y. C. (1997): Capitalism, imperialism and patriarchy: The dilemma of third-world women workers in multinational factories. In: Visvanathan, Nalini (Hrsg.): *The women, gender & development reader*. London, New Jersey: Zed Books, 216–229

LOCKE, Richard, KOCHAN, Thomas, ROMIS, Monica, QIN, Fei (2007): Beyond corporate codes of conduct: Work organization and labour standards at Nike`s suppliers. *International Labour Review* 146 (1–2), 21–40

MANDANI, Dorsati (1999): A Review of the Role and Impact of Export Processing Zones. Washington DC: The World Bank Development Research Group Trade, (=Policy Research Paper 2238). Elektronische Version: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=629169](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=629169), 4.3.2010, 17:30 Uhr

MAQUILA SOLIDARITY NETWORK (Hrsg.) (2009a): ¿Cómo afectará la crisis financiera global a la industria del vestido y sus trabajadores (as)? Toronto: Maquila Solidarity Network. Elektronische Version: <http://es.maquilasolidarity.org/sites/es.maquilasolidarity.org/files/2009-02-25%20RSM-CrisisFinanciera-Feb09-ESP.pdf>, 16.3.2010, 8:15 Uhr

MAQUILA SOLIDARITY NETWORK (Hrsg.) (2009b): La crisis y la producción de ropa en América Central. Toronto: Maquila Solidarity Network. Elektronische Version: [http://es.maquilasolidarity.org/sites/es.maquila\\_solidarity.org/files/RSM-Crisis\\_y\\_CA-2009-03.pdf](http://es.maquilasolidarity.org/sites/es.maquila_solidarity.org/files/RSM-Crisis_y_CA-2009-03.pdf), 16.3.2010, 10:00 Uhr

MAQUILA SOLIDARITY NETWORK (Hrsg.) (2009c): La industria de la confección y la crisis económica. ¿Cómo afecta la crisis a la producción de confecciones y a trabajadores(as) de la confección? Toronto: Maquila Solidarity Network. Elektronische Version: [http://es.maquilasolidarity.org/sites/es.maquilasolidarity.org/files/2009-06-24\\_Industria\\_con\\_feccion\\_y\\_crisis\\_economica\\_RSM.pdf](http://es.maquilasolidarity.org/sites/es.maquilasolidarity.org/files/2009-06-24_Industria_con_feccion_y_crisis_economica_RSM.pdf), 17.3.2010, 9:00 Uhr

MAQUILA SOLIDARITY NETWORK (Hrsg.) (2008): Existe un futuro para la producción de ropa en las Américas? Toronto: Maquila Solidarity Network. Elektronische Version: [http://es.maquilasolidarity.org/sites/es.maquilasolidarity.org/files/RSM-EntrevistasCon\\_Marcas-ES-2008-11.pdf](http://es.maquilasolidarity.org/sites/es.maquilasolidarity.org/files/RSM-EntrevistasCon_Marcas-ES-2008-11.pdf), 17.3.2010, 8:00 Uhr

MAQUILA SOLIDARITY NETWORK (Hrsg.) (2007a): The next generation of CSR reporting: Will better reporting result in better working conditions? Toronto: Maquila Solidarity Network. Elektronische Version: [http://en.maquilasolidarity.org/sites/maquilasolidarity.org/files/CodesMemo\\_22\\_Reporting\\_December07.pdf](http://en.maquilasolidarity.org/sites/maquilasolidarity.org/files/CodesMemo_22_Reporting_December07.pdf), 21.3.2010, 14:45 Uhr

MAQUILA SOLIDARITY NETWORK (Hrsg.) (2007b): Cierres de fábricas. Nuestras demandas. Toronto: Maquila Solidarity Network. Elektronische Version: <http://es.maquilasolidarity.org/sites/es.maquilasolidarity.org/files/Cierres-Demandas.pdf>, 24.3.2010, 11:30 Uhr

MERK, Jeroen (2009): Stitching a decent wage across borders. The Asia floor wage proposal. New Delhi: Asia Floor Wage Alliance

MÉNDEZ BICKHAM, Jennifer (2005): From the revolution to the maquiladoras. Gender, Labor, and Globalization in Nicaragua. Durham and London: Duke University Press

MÉNDEZ BICKHAM, Jennifer (2002): Creating Alternatives from a Gender Perspective. In: Naples, Nancy A./Desai, Manisha: *Women`s Activism and Globalization*. London: Routledge, 121–141

MEUSER, Michael, NAGEL, Ulrike (2005): ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: Bogner, Alexander/Littig, Beate/Menz, Wolfgang (Hrsg.): *Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 71–94

MESQUITA MOREIRA, Mauricio (2007): Fear of China: Is There a Future for Manufacturing in Latin America? *World Development* 35 (3), 355–376

MINISTERIUM FÜR UMWELT UND VERKEHR BADEN-WÜRTTEMBERG (Hrsg.) (2003): Integrierte Produktpolitik am Beispiel der textilen Kette. Abschlussbericht zum Pilotprojekt. Stuttgart: Ministerium für Umwelt und Verkehr Baden-Württemberg. Elektronische Version: <http://www.uvm.baden-wuerttemberg.de/servlet/is/3303/>, 23.11.09, 18:15 Uhr

MONTAÑO VIRREIRA, Sonia, MILOSAVLJEVIC, Vivian (2010): La crisis económica y financiera. Su impacto sobre la pobreza, el trabajo y el tiempo de las mujeres. Santiago de Chile: UNO

MURRAY, Jill (2002): Labour rights/corporate responsibilities: the role of ILO labour standards. In: Jenkins, Rhys/Pearson, Ruth/Seyfang, Gil: *Corporate Responsibility and Labour Rights*. London: Earthscan, 31–42

MUSIOLEK, Bettina (2003): Die Fair Wear Foundation. In: Terre des Femmes e.V. (Hrsg.): *Mode, Macht & Frauenrechte*. Tübingen: Terre des Femmes e.V., 78

MUSIOLEK, Bettina (Hrsg.) (1997): Ich bin chic, und du mußt schufteln. Frauenarbeit für den globalen Modemarkt. Frankfurt am Main: Brandes und Apsel

MUTLAK, Natalie (2003): Umwelt- und sozialökonomische Effekte freier Produktionszonen/Maquiladoras am Beispiel Ecuadors. Berlin: Institut für Volkswirtschaftslehre der Technischen Universität Berlin, Diplomarbeit

NADVI, Khalid (2008): Global standards, global governance and the organization of global value chains. *Journal of Economic Geography* 8, 323–343

NAGAR, Richa, LAWSON, Victoria, MC DOWELL, Linda, HANSON, Susan (2002): Locating Globalization: Feminist (Re)readings of the Subjects and Spaces of Globalization. *Economic Geography* 78 (3), 257–284

NARANJO, Ana Victoria, OBERNDORFF, Magda (1995): Herausforderung für die Frauenbewegung. Frauen, Maquila und Organisationsprozesse. *ila* (Informationsstelle Lateinamerika) 185, 15ff

NEWSLETTER FRAUENSOLIDARITÄT (Hrsg.) (2010): Decent work for all. Wien: Frauensolidarität (=Newsletter *Frauensolidarität* 3). Elektronische Version: <http://www.frauensolidaritaet.org/IW/newsletter/newsletter0310.pdf>, 15.10.2010, 21:15 Uhr

NIKEBIZ (Hrsg.) (2010): Nike and CGT Statement. *Nikebiz Media Press Release*, 26. Juli 2010. Elektronische Version: [http://www.nikebiz.com/media/pr/2010/07/26\\_Nike\\_and\\_CGT\\_statement.html](http://www.nikebiz.com/media/pr/2010/07/26_Nike_and_CGT_statement.html), 15. 10. 2010, 21:00 Uhr

OBANDO, Luis, CORTÉS, Cristián (2002): La industria textil en Centroamérica. Costa Rica, Nicaragua: INCAE Business School. Elektronische Version: <http://www.incae.com/EN/clacds/nuestras-investigaciones/pdf/cen1603.pdf>, 26.2.2010, 7:30 Uhr

OECHSLE, Mechthild, GEISSLER, Birgit (2010): Modernisierungstheorien: Anregungspotentiale für die Frauen- und Geschlechterforschung. In: Becker, Ruth/Kartendiek, Beate (Hrsg.): *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 210–218

ÖKUMENISCHES BÜRO FÜR FRIEDEN UND GERECHTIGKEIT (Hrsg.) (1999): Profit ohne Grenzen: Freie Produktionszonen in Mittelamerika. München: Ökumenisches Büro für Frieden und Gerechtigkeit

ORF (Hrsg.) (2010): Streit über Abfindung für entlassene Arbeiter. 18.4.2010. Elektronische Version: [http://orf.at/100414-50121/?href=http%3A%2F%2Forf.at%2F10041450121%2F50122txt\\_story.html](http://orf.at/100414-50121/?href=http%3A%2F%2Forf.at%2F10041450121%2F50122txt_story.html), 21.4.2010, 9:25 Uhr

O'ROURKE, Dara (2006): Multi-stakeholder Regulation: Privatizing or Socializing Global Labor Standards? *World Development* 34, 899–918

O'ROURKE, Dara (2002): Monitoring the monitors: a critique of third-party labour monitoring. In: Jenkins, Rhys/Pearson, Ruth/Seyfang, Gil: *Corporate Responsibility and Labour Rights*. London: Earthscan, 196–208

OXFAM INTERNATIONAL (Hrsg.) (2004): Trading away our rights. Women working in global supply chains. Oxford: Oxfam International. Elektronische Version: <http://www.maketradefair.com/en/assets/english/taor.pdf>, 7.12.09, 13:15 Uhr

PEARSON, Ruth (2007): Beyond Women Workers: gendering CSR. *Third World Quarterly* 28 (4), 731–749

PEARSON, Ruth (2004): The social is political. Towards the re-politicization of feminist analysis of the global economy. *International Feminist Journal of Politics* 6 (4), 603–622

PEARSON, Ruth, SEYFANG, Gil (2002): 'I'll tell you what I want...': women workers and codes of conduct. In: Jenkins, Rhys/Pearson, Ruth/Seyfang, Gil: *Corporate Responsibility and Labour Rights*. London: Earthscan, 43–60

PERLE, Nela (2007): Mehr Schnauzbärte als Frauen. Frauenorganisationen und Gewerkschaften in Zentralamerika: ein Spannungsfeld. *Frauensolidarität* 2, 20f

PERLE, Nela (2004): Aufklärung ist wichtig. Nützen Verhaltenskodizes den Arbeiterinnen? *Frauensolidarität* 1, 14f

PERMAN, Sarah, DUVILLIER, Laurent, DAVID, Natacha, EDEN, John, GRUMIAU, Samuel (2004): Behind the brand names. Working conditions and labour rights in export processing zones. Brüssel: ICFTU (International Confederation of Free Trade Unions). Elektronische Version: <http://www.icftu.org/www/PDF/EPZreportE.pdf>, 22.3.2010, 11:50 Uhr

- PFADENHAUER, Michaela (2005). Auf gleicher Augenhöhe reden. Das Experteninterview – ein Gespräch zwischen Experte und Quasi-Experte. In: Bogner, Alexander/Littig, Beate/Menz, Wolfgang (Hrsg.): *Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 113–130
- PIRKER, Kristina (2004): Interessenvertretung von Arbeiterinnen. *Frauensolidarität* 1, 18f
- PLANK, Leonhard, STARITZ, Cornelia (2009a): Introduction: global commodity chains and production networks – understanding uneven development in the global economy. *Journal für Entwicklungspolitik* XXV (2), 4–19
- PLANK, Leonhard, STARITZ, Cornelia (2009b): Global production networks, uneven development and workers: experiences from the Romanian apparel sector. *Journal für Entwicklungspolitik* XXV (2), 62–87
- PONCE, Yesille (2009): La crisis ha provocado el cierre de 24 maquilas. *La Prensa*, 22.4.2009. Elektronische Version: <http://www.laprensa.hn/Negocios/Ediciones/2009/04/23/Noticias/La-crisis-ha-provocado-el-cierre-de-24-maquilas>, 28.2.2010, 15:15 Uhr
- PRENTKY, Jeff (2010): Former Nike workers protest unfair conditions. *The Daily Targum*, 12. April 2010. Elektronische Version: <http://www.dailytargum.com/news/former-nikeworkers-protest-unfair-conditions-1.2220404>, 21.4.2010, 9:30 Uhr
- PREUSS, Sabine (1984): Weiblicher Lebenszusammenhang und Maquila-Arbeit. In: Berninghausen, Jutta/Kerstan, Birgit (Hrsg.): *Die unsichtbare Stärke. Frauenarbeit in der Dritten Welt, Entwicklungsprojekte und Selbsthilfe*. Saarbrücken: Breitenbach, 104–123
- PRIETO-CARRÓN, Marina (2008): Women Workers, Industrialization, Global Supply Chains and Corporate Codes of Conduct. *Journal of Business Ethics* 83, 5–17
- PRIETO, Marina, QUINTEROS, Carolina (2004): Never the twain shall meet? Women's organisations and trade unions in the maquila industry in Central America. *Development in Practice* 14 (1–2), 149–157
- PRIETO, Marina, HADJIPATERAS, Angela, TURNER, Jane (2002): The potential of codes as part of women's organizations' strategies for promoting the rights of women workers: a Central America perspective. In: Jenkins, Rhys/Pearson, Ruth/Seyfang, Gil: *Corporate Responsibility and Labour Rights*. London: Earthscan. 146–159
- QUINTANA, Sandra Margarita, DERAS ROBLES, José Cornelia, TORRES, Julio Roberto (2002): La industria maquiladora en El Salvador. San Salvador: Banco Central de Reserva de El Salvador, 3–20
- QUINTERO RAMÍREZ, Cirila (2007): La situación laboral y sindical de las mujeres en la maquiladora de México. *Debate feminista* 18 (35), 57–82
- QUINTERO RAMÍREZ, Cirila, DRAGUSTINOVIS, Javier (2006): Soy más que mis manos. Los diferentes mundos de la mujer en la maquila. Mexiko D.F.: Friedrich Ebert Stiftung

QUINTERO RAMÍREZ, Cirila (2004): Cuarenta años de maquila en el Norte de México. Los avances y retrocesos de un proyecto industrial fallido. Matamoros: El Colegio de la Frontera Norte. Oficina Regional de Matamoros. Elektronische Version: <http://www.economia.unam.mx/amhe/memoria/simposio23/Cirila%20QUINTERO.pdf>, 11.01.2010, 19:00 Uhr

QUINTEROS, Carolina (2007): Mujer, maquila y organización sindical en Centroamérica. San José: ASEPROLA. Elektronische Version: [http://www.aseprola.org/media\\_files/download/mujer.maquilayorganizacionsindicalencentroamerica.pdf](http://www.aseprola.org/media_files/download/mujer.maquilayorganizacionsindicalencentroamerica.pdf), 26.10.09, 13:30 Uhr

QUISUMBING, Agnes, HALLMAN, Kelly, RUEL, Marie T. (2007): Maquiladoras and Market Mamas: Women`s Work and Chilcare in Guatemala City and Accra. *Journal of Development Studies* 43 (3), 420–455

REDAKTION EL PERIÒDICO (2008): Fábrica Koramsa recorta Planilla. *el Periódico de Guatemala*, 25.11.2008. Elektronische Version: <http://www.elperiodico.com.gt/es/20081125/economia/80851>, 28.2.2010, 15:30 Uhr

RENZI, María Rosa (1997): Some Reflections on Globalization. In: Latin American and Caribbean Women`s Health Network LACWHN (Hrsg.): *Women`s Health Collection 2*. Chile: Women at risk, 60–66

ROHITRATANA, Kaewta (2002): SA 8000: A tool to improve life? *Managerial Auditing Journal* 17 (1/2), 60–64

ROSS, Robert J.S., CHAN, Anita (2002): From North-South to South-South. *Foreign Affairs* 81 (5), 8

RÜESCH, Dorothea (1995): *TexMix. Ein bunter Reiseführer durch die Welt der Textilien*. Zürich: Erklärung von Bern

SALZINGER, Leslie (2007): De los tacones altos a los cuerpos cubiertos: significados generizados en (la) producción de la industria maquiladora para la exportación de México. *Debate feminista* 18 (35), 3–30

SALZINGER, Leslie (2004): From Gender as Object to Gender as Verb: Rethinking how Global Restructuring Happens. *Critical Sociology* 30 (1), 43–62

SALZINGER, Leslie (2001): Making Fantasies real. Producing Women and Men on the Maquila Shop Floor. *Report on Gender XXXIV* (5), 13–20

SARGENT, John, MATTHEWS, Linda (2009): China versus Mexico in the Global EPZ Industry: Maquiladoras, FDI Quality, and Plant Mortality. *World Development* 37 (6), 1069–1082

SARGENT, John, MATTHEWS, Linda (2008): Capital Intensity, Technology Intensity, and Skill Development in Post China/WTO Maquiladoras. *World Development* 36 (4), 541–559

SARGENT, John, MATTHEWS, Linda (1999): Exploitation or Choice? Exploring the Relative Attractiveness of Employment in the Maquiladoras. *Journal of Business Ethics* 18, 213–227

SCHÖPPENTHAU, Philip von (1993): Multifaserabkommen – Quo vadis? Der Welttextilhandel nach der Uruguay Runde. *Außenwirtschaft* 40 (3), 309–336

SEGUINO, Stephanie (2009): The Global Economic Crisis, Its Gender Implications, and Policy Responses. New York: UN-Commission on the Status of Women Fifty-third session, 2–13. März 2009. Elektronische Version: <http://www.un.org/womenwatch/daw/csw/csw53/panel-financialcrisis.html>, 2.3.2010, 12:50 Uhr

ŞEN, Alper (2008): The US fashion industry: A supply chain review. *International Journal of Production Economics* 114, 571–593

SHAW, Linda, HALE, Angela (2002): The emperor`s new clothes: what codes mean for workers in the garment industry. In: Jenkins, Rhys/Pearson, Ruth/Seyfang, Gil: *Corporate Responsibility and Labour Rights*. London: Earthscan, 101–112

SINGA-BOYENGE, Jean-Pierre (2007): ILO database on export processing zones (Revised). Genf: International Labour Offices. Elektronische Version: <http://www.ilo.org/public/english/dialogue/sector/themes/epz/epz-db.pdf>, 3.3.2010, 8:35 Uhr

SÖNKE, Albers, KLAPPER, Daniel, KONRADT, Udo, WALTER, Achim, WOLF, Joachim (Hrsg.) (2009): *Methodik der empirischen Forschung*. Wiesbaden: Gabler

STÜCKELBERGER, Christoph (2001): *Ethischer Welthandel*. Bern, Stuttgart, Wien: Haupt

SÜDWIND Fachgespräch (2009): „Vertrauen ist gut – Ist Kontrolle besser?“ Wien: Südwind-Agentur Büro, 13. November 2009

SÜDWIND Gesprächsrunde (2009): „Die Arbeit, die sie meinen...“ Wien: VHS 22, 10. November 2009

THOMPSON, Ginger (2005): Mill closings hit hard in Central America. *The New York Times*, 25.3.2005. Elektronische Version: <http://www.nytimes.com/2005/03/24/business/world-business/24iht-textile.html>, 28.2.2010, 23:15 Uhr

TRAUB-WERNER, Marion, CRAVEY, Altha J. (2002): Spatiality, sweatshops and solidarity in Guatemala. *Social & Cultural Geography* 3 (4), 383–401

VAHRENKAMP, Richard (2004): *Produktionsmanagement*. München: Oldenbourg

VER BEEK, Alan Kurz (2001): Maquiladoras: Exploitation or Emancipation? An Overview of the Situation of Maquiladora Workers in Honduras. *World Development* 29 (9), 1553–1567

VESTEX (2010): *Industria de vestuario y textiles de Guatemala*. Guatemala: VESTEX (Comisión de la Industria de Vestuario y Textiles). Elektronische Version: <http://www.vestex.com.gt/vx/images/docs/Industria2010.pdf>, 2.3.2010, 11:00 Uhr

WALBY, Sylvia (2009): *Globalization and Inequalities*. London: SAGE Publications

WALBY, Sylvia (1997): *Gender Transformations*. London: Routledge

- WEILER, Stephan, ZERLENTES, Becky (2003): Maquila sunrise or sunset? Evolutions of regional production advantages. *The Social Science Journal* 40, 283–297
- WELTBANK (Hrsg.) (1998): Export Processing Zones. Washington DC: Weltbank, (=PREMnotes. *Economic Policy* 21234 (11)). Elektronische Version: <http://www1.worldbank.org/prem/PREMNotes/premnote11.pdf>, 9.1.2010, 21:30 Uhr
- WELTBANK (Hrsg.) (1992): Export Processing Zones. Washington DC: Weltbank, (=Policy and Research Working Paper 20)
- WERNER, Klaus, WEISS, Hans (2008): Das neue Schwarzbuch Markenfirmen. Die Machenschaften der Weltkonzerne. Berlin: ullstein
- WERNER, Marion, BAIR, Jennifer (2009): After Sweatshops? Apparel Politics in the Circum-Caribbean. *North American Congress on Latin America* 42 (4), 6–10
- WICK, Ingeborg (2003): Workers` tool or PR ploy? A guide to codes of international labour practice. Bonn: Friedrich Ebert Stiftung
- WICK, Ingeborg (1998): Frauenarbeit in Freien Exportzonen. Eine Übersicht. *PROKLA. Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft*, 111 (2), 235–248
- WIDE – Netzwerk Women in Development Europe (Hrsg.) (2010): Kassasturz. Finanzkrise und Entwicklung aus feministischer Perspektive. WIDE-Positionspapier zur globalen sozialen, ökonomischen und ökologischen Krise. Wien: WIDE
- WILSON, Tamar Diana (2003): Forms of Male Domination and Female Subordination: Homeworkers versus Maquiladora Workers in Mexico. *Review of Radical Political Economics* 35, 56–72
- WRIGHT, Melissa W. (2006): Disposable Women and Other Myths of Global Capitalism. New York: Taylor & Francis Group
- WRIGHT, Melissa W. (1997): Crossing the factory frontier: gender, place, and power in the Mexican *maquiladora*. *Antipode*, 29 (3), 278–302
- ZELDENRUST, Ineke, PAULI, Tessel (2007): Expectations in relation to Factory Closures and Mass-Dismissals. Amsterdam: Clean Clothes Campaign. Elektronische Version: [http://www.cleanclothes.org/documents/07-09\\_CCC\\_E-bulletin\\_Closures\\_and\\_Mass\\_dismissals.pdf](http://www.cleanclothes.org/documents/07-09_CCC_E-bulletin_Closures_and_Mass_dismissals.pdf), 17.3.2010, 11:15 Uhr
- ZERCHE, Jürgen, SCHÖNIG, Werner, KLINGENBERGER, David (2000): Arbeitsmarktpolitik und –theorie. München, Wien: Oldenbourg
- ZERVAS, Georgios (2008): Global Fair Trade. Transparenz im Welthandel. Düsseldorf: Patmos

## Informationen über Organisationen im WWW

ASEPROLA (Asociación Servicios de Promoción Laboral):

<http://www.aseprola.org/index.php>, 23.3.2010, 11:30 Uhr

CIR (Christliche Initiative Romero):

<http://www.ci-romero.de/>, 24.4.2010, 13:00 Uhr

CentralAmericaData:

[www.centralamericadata.com](http://www.centralamericadata.com), 28.2.2010, 15:00 Uhr

Clean Clothes Kampagne:

[www.cleanclothes.at](http://www.cleanclothes.at), 14.4.2010, 11:30 Uhr

CODEMUH (Colective de Mujeres Hondureñas):

<http://codemuh.net/leer.php/4477042>, 23.3.2010, 11:00 Uhr

EMIH (Equipo de Monitoreo Independiente de Honduras):

[http://www.emihonduras.org/Nuestro\\_Trabajo.html](http://www.emihonduras.org/Nuestro_Trabajo.html), 18.6.2010, 21:30 Uhr

EZA Fairer Handel GmbH:

<http://www.eza.cc/start.asp?ID=226294&b=1265>, 8.6.2010, 8:00 Uhr

Fairtrade Österreich:

<http://www.fairtrade.at/?thema=fairtrade&zo=fairtrade>, 8.6.2010, 8:15 Uhr

FWF (Fair Wear Foundation):

<http://fairwear.org/page/organisation>, 16.6.2010, 9:15 Uhr

Frauensolidarität:

<http://www.frauensolidaritaet.org/>, 24.4.2010, 10:00 Uhr

GMIES (Grupo de Monitoreo Independiente de El Salvador):

[http://gmies.org.sv/sitio/index.php?option=com\\_frontpage&Itemid=1](http://gmies.org.sv/sitio/index.php?option=com_frontpage&Itemid=1), 27.4.2010, 7:30 Uhr

Göttin des Glücks:

<http://www.goettindesgluecks.at/>, 13.4.2010, 21:30 Uhr

Maquila Solidarity Network:

<http://en.maquilasolidarity.org/about>, 23.3.2010, 16:00 Uhr

Südwind Agentur:

<http://www.suedwind-agentur.at/start.asp?id=14619>, 15.10.2010, 16:00 Uhr

Südwind NÖ Süd:

<http://www.suedwind-noesued.at/start.htm>, 13.4.2010, 8:45 Uhr

USAS (United Students Against Sweatshops):

<http://usas.org/about-us/>, 23.3.2010, 20:00 Uhr



# Lebenslauf

## Persönliche Daten

**Isabella Sommer, geboren am 29. November 1986 in Linz**

**E-Mail:** isabella.sommer@gmx.at

## Ausbildung

- Februar 2009–Juni 2009 Studium an der Universidad de Sevilla (ERASMUS Stipendium)
- Seit Oktober 2005 Lehramtsstudium Spanisch und Geographie- und Wirtschaftskunde an der Universität Wien
- Sept. 1997–Juni 2005 Bischöfliches Gymnasium Petrinum, Matura mit ausgezeichnetem Erfolg am 15. Juni 2005
- Sept. 1993–Juni 1997 Volksschule Altenberg bei Linz
- Sept. 1992–Juni 1993 Vorschule Altenberg bei Linz

## Berufliche Tätigkeiten

- Jänner 2010 Betreuerin Youtels Winter Camps
- Seit September 2009 Erste Bank – Deutsch Nachhilfe für Kinder ausländischer MitarbeiterInnen
- September 2009 Mitarbeiterin beim Deutschen Geographentag in Wien
- Juli, August 2008 Au-pair Aufenthalt in Callosa d'en Sarrià (Alicante – Spanien)
- April, August 2007–2010 Trainerin Brainsports Sommer und Winter Camps
- September 2007 Betreuerin Familienwoche Jutel Hinterstoder
- August 2006 Praktikum, Land OÖ, Abteilung für Kunst und Volkskultur
- Juli 2004–2008 Mitarbeiterin beim Linzer Pflasterspektakel

## Zusatzqualifikationen

- Okt. 2007–Jänner 2010 Deutsch als Fremdsprache/Zweitsprache Modul, Institut für Germanistik an der Universität Wien
- November 2008 Ausbildung zur Begleitschilehrerin für Wintersportwochen
- Okt. 2007–Juni 2008 Ausbildung zur Berufsorientierungskoordinatorin, Institut für Geographie & Regionalforschung an der Universität Wien



## **Erklärung**

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Diplomarbeit eigenständig verfasst habe und keine unerlaubten Hilfsmittel dafür benutzt habe.

Die Gedanken, die indirekt oder direkt aus fremden Quellen stammen, wurden als solche ausgewiesen.

Die Arbeit wurde weder in dieser noch in ähnlicher Form, weder im In- noch im Ausland als Prüfungsarbeit vorgelegt.

Wien, im Oktober 2010

.....