

_Migros-Ethiker

Was tun, wenn Kinder Spielzeug für Kinder produzieren?

Migros, der größte Einzelhändler der Schweiz, verlangt von seinen Lieferanten weltweit die Einhaltung eines Verhaltenskodex.

Wer Kinder arbeiten lässt, die Mitarbeiter schlecht bezahlt oder sie zu lange arbeiten lässt, verliert die Aufträge.

Ein Gespräch mit Bernhard Moeri, dem ersten Ethik-Beauftragten eines Konzerns, über Boykottaufrufe, politisch korrekt geknüpfte Teppiche und soziales Kapital.

Text: René Ammann **Foto:** Anke Nowottna



brand eins: Herr Moeri, Ihre Firma wirbt in der Schweizer Presse doppelseitig für „Engagement“, und mittendrin prangt das orangefarbene M für Migros. Ist Ethik inzwischen ein Bestandteil des Marketings geworden?

Bernhard Moeri: Grundsätzlich schon. Es gibt heute keine Wirtschaftspolitik, die nicht auch eine Sozialpolitik enthält und umgekehrt. Und ich denke auch, dass unser kapitalistisches System in der heutigen Form nicht mehr weitergeführt werden kann. „Engagement“ ist allerdings keine Ethik-Kampagne, sondern zeigt unsere Aktivitäten für Mensch, Tier und Umwelt.

Befürchtet die Migros Boykottaufrufe? Oder was war der Grund, dass sich der größte Schweizer Einzelhandelskonzern einen Verhaltenskodex gegeben hat?

Sicherlich ist die Migros exponiert. Jedes Milliardenunternehmen ist

exponiert. Aber ich denke nicht, dass der Verhaltenskodex aus dieser Furcht entstanden ist, sondern dass er mit dem Gründer Gottlieb Duttweiler zu tun hat. Duttweiler bezeichnete das Kapital als „soziales Kapital“ und führte in den fünfziger Jahren das Kulturprozent ein, zur Weiterbildung einer breiten Bevölkerungsschicht in der Schweiz.

Wobei es sich beim Kulturprozent letztlich nicht um ein Prozent handelt, sondern vielleicht um ein siebtel Prozent.

Es kommt darauf an, wie man das rechnet. Ein Teil ist für die Klubschule bestimmt, ein anderer Teil für Sponsoring, ein anderer Teil für Stipendien. Da müsste man schon sehr, sehr in die Tiefe gehen. Aber schließlich enthält der Umsatz ein Prozent für die Kultur.

Die Migros ist meines Wissens nach die einzige Firma, die ein solches Kulturprozent hat. Und offenbar auch eine der wenigen Firmen mit einem Verhaltenskodex. Ist das richtig?

Nein, nicht ganz. Viele Firmen haben Verhaltenskodexe, in Deutschland etwa KarstadtQuelle. Die Migros hat aber insofern eine Pionierrolle in der Schweiz, weil ihr Verhaltenskodex auf den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation ILO basiert und auf den gesamten Non-Food-Sektor erweitert wurde.

Laut ILO liegt das Mindestalter für Kinderarbeit bei 14, in manchen Ländern bei 15 Jahren. Ist das auch im Standard der Migros vorgesehen?

Ja. Daran halten wir uns strikt.

Wie würden Sie eine „gute Wirtschaft“ definieren?

Wenn Wirtschafts- und Sozialpolitik gleichermaßen berücksichtigt sind, dann kann man die Wirtschaft als ethisch betrachten.

Sie waren jahrzehntelang Senior Product Manager in der Migros-Textilsparte und sind demnach Praktiker. War das der Grund dafür,

dass man Sie für diese Position auswählte?

Die praktische Erfahrung spielte sicher eine Rolle. Andererseits war ich mein Leben lang mit Sozialem beschäftigt und denke schon, dass die Migros Wert darauf gelegt hat, jemanden für diesen Posten auszusuchen, der sowohl die Strukturen der Unternehmung kennt, ihr Einkaufscredo, als auch die Probleme in den einzelnen Ländern. Die sind mannigfaltig. Gerade die Textilindustrie bewegt sich nie in technologisch hoch entwickelten Ländern, sondern in Entwicklungsländern, weil der Investitionsbedarf zur Errichtung einer Textilfabrik gering ist: Wenn Sie eine Nähmaschine haben, können Sie produzieren.

Sie sind seit mehr als 20 Jahren bei der Migros und seit Januar 2003 Ethik-Beauftragter – oder wie lautet Ihr korrekter Titel?

Verantwortlicher Soziales Non Food.

Non Food macht 44 Prozent des Umsatzes der Migros. Demnach gilt der Kodex für das Hauptgeschäft nicht.

Doch. Aber nicht derselbe. Auch beim Food sind wir dabei, Basis-Standards für Ökologie und Soziales einzuführen.

Wie ist die Position des Migros-Ethikers hierarchisch eingeordnet?

Ich bin der Direktion Marketing Non-Food unterstellt.

Dann bevorzugen Sie also das Marketing gegenüber dem Sozialen?

Bevorzugen ist das falsche Wort. Man könnte ketzerisch sagen, dann üben Sie Ihre Sozialfunktion marketingmäßig aus. Aber dem ist nicht so. Modernes Marketing enthält eben gerade diese Sozialstandards. Ich sehe darin keinen Konflikt.

Wie kommt ein Marketingmanager zur Ethik?

Ich kann es auf einen Nenner bringen: Armut gefährdet den Wohlstand. Im modernen Marketing stößt man unweigerlich auf diese Erkenntnis. Nur

in einer Gesellschaft, in der sich etwas rührt, kann sich etwas entwickeln. Und da gehört die Wirtschaft dazu, das Soziale und ebenso die Ethik. Nur, indem ich den Arbeitenden respektiere und fördere, kann ich selbst auch Gewinn erzielen.

Also ist Ethik kein Luxus, den sich nur ein reiches Land wie die Schweiz leisten kann?

Nein, überhaupt nicht.

In Burma wurde – nach Protesten der Clean Clothes Campaign – eine Fabrik der Wäschefirma Triumph geschlossen. Clean Clothes feiert das als Good News. Sind das tatsächlich gute Nachrichten?

Grundsätzlich sind es keine guten Nachrichten, denn die Menschen verlieren ihre Existenzgrundlage. Wir streben keine Boykottmaßnahmen an, sondern wir führen den Verhaltenskodex als Mittel zur Veränderung ein. Die Migros kann nicht morgen die Welt verändern – aber sie kann einen Prozess einleiten.

Die Auseinandersetzung um Triumph in Burma war offensichtlich weniger eine arbeitsrechtliche als eine politische. Clean Clothes warb mit der Parole: „Support breasts and not dictators“ – „Stützen Sie Brüste und nicht Diktatoren“.

Einverstanden. Geschäftspolitik kann sehr viel bewirken. Das beginnt – ohne mich hier in Management-Entscheidungen von Triumph einmischen zu wollen – bereits bei der Auswahl einer Produktionsstätte.

Welche Probleme haben Sie in Ihren Haupt-Partnerländern Indien und China festgestellt?

Auf Textilien bezogen, haben wir unterschiedliche Probleme. In Indien geht es vor allem um die Gleichstellung von Mann und Frau, um Kinderarbeit, um die Arbeitszeiten und Löhne sowie um die interne Information der Belegschaft. In China geht es vor allem um die Versammlungsfreiheit. Und um die so genannte freiwillige Arbeit, die

wir sehr genau unter die Lupe nehmen müssen. Weitere Probleme sind die Löhne und nicht zuletzt wiederum die Arbeitszeiten.

Da können Manager in Zwickmühlen geraten. Ein chinesischer Fabrikchef etwa muss den Kodex anwenden, sonst entziehen Sie ihm die Aufträge. Wenn er aber etwa Versammlungsfreiheit zugesteht, schreitet der Staat gegen ihn ein.

Wir bewegen uns im Rahmen nationaler Gesetze. Auch die Migros muss akzeptieren, wenn in einem Land die Versammlungsfreiheit eingeschränkt ist. Auf der anderen Seite ist es natürlich wünschenswert, dass eben diese Versammlungsfreiheit innerhalb eines Betriebes gewährt wird. Und sei dies in Form eines Betriebsrates oder einer Quasi-Gewerkschaft, die die Mitarbeiter vertritt.

Wie viele Firmen haben den Kodex unterschrieben?

Weltweit tausende. Es ist ein erklärtes Ziel der Migros, dass alle Lieferanten diesen Verhaltenskodex unterschreiben. Im In- und Ausland. Weltweit. Vielleicht darf ich auf den Verhaltenskodex selbst zurückkommen. Er hat zwei Teile. Zum einen Basiskriterien, die sich aus den ILO-Konventionen und aus den nationalen und regionalen Gesetzen ergeben. Und Optimierungskriterien, wie wir sie in der westlichen Welt kennen. Wir setzen uns etwa für zusätzliche Ausbildung ein oder für Löhne, die über dem jeweiligen gesetzlichen Mindestlohn liegen.

In wie vielen Sprachen wurde der Kodex übersetzt?

Bislang in vier. Neben Deutsch, Französisch, Englisch und Italienisch sind Übersetzungen in Tamil, Hindi und Chinesisch in Vorbereitung.

Wie reagiert ein Firmenchef, wenn Sie ihm vorschreiben, wie hoch die Löhne seiner Arbeiter sein sollen? Geraten Firmen nicht in eine Schieflage, wenn Sie solche Forderungen stellen?

Es ist nicht so, dass alle Leute in den

Entwicklungsländern arm sind. Und wenn die Gewinne gerechter verteilt werden, können auch die anfallenden Kosten aufgefangen werden.

Das heißt, die Schweizer Konsumenten – die Migros macht den Löwenanteil ihres Umsatzes in der Schweiz – zahlen höhere Preise, damit die Ethik stimmt?

Das kann man so pauschal nicht sagen. Den Verhaltenskodex einzuhalten bedeutet nicht unbedingt, dass sich ein Produkt verteuert.

Die Migros ist in der Regel nur eine Kundin. Wenn das Unternehmen 20 Prozent der Produktion einer Textilfabrik abnimmt, was geschieht mit dem größeren Teil?

Möglicherweise wird er an Abnehmer verkauft, die sich nicht um ethische Standards scheren.

Solange die Fabrik für den europäischen Markt arbeitet, hat sie gleiche Wettbewerbsbedingungen. Anders sieht es auf dem amerikanischen Markt aus. Die Leute sind dort anders profit- und qualitätsorientiert als in Europa. Das ist ein Problem für uns. Lieferanten, die in großem Ausmaß für den US-Markt arbeiten, aber auch für den Ostblock oder für die arabischen Staaten, sind schwierigere Partner, weil sie mit den Sozialstandards weniger konfrontiert werden.

Ich habe mir auf der Web-Seite www.cleanclothes.org angesehen, welche Firmen nicht als Musterschüler gelten. Neben Gucci, Triumph und anderen waren Adidas, Nike, Puma, Reebok genannt – also die weltgrößten Turnschuhhersteller. Gibt es auf der Welt überhaupt die Möglichkeit, Turnschuhe ethisch sauber herzustellen?

Diese Firmen haben auch ihre Kodexe, und ich bin nicht berufen, über deren Politik zu sprechen.

Verursacht die Textilindustrie als Zulieferer die größten Probleme?

Als größtes Problem sehe ich die Spielwarenindustrie, gefolgt von der

Textilindustrie, den Teppichknüpfereien – und nicht zu vergessen all die Produkte für das Handwerk, also Hämmer, Sägen, Nägel und so weiter. Auch nicht außer Acht zu lassen ist die Keramik- und Glasindustrie.

Kinder produzieren also Spielwaren für Kinder?

Die Herstellung von Spielwaren ist äußerst schwierig zu kontrollieren, weil in der Produktionskette viel Detailarbeit in privaten Häusern oder bei Zulieferern verrichtet wird.

Welche Länder betrifft das?

Die Volksrepublik China ist der größte Hersteller.

Gibt es ethisch korrekt hergestellte Teppiche? Man liest, meist sitzen Kinder oder Frauen am Webrahmen. Muss man generell davon ausgehen, dass in jedem Teppich Kinderarbeit steckt?

Nein, das kann man sicher nicht sagen. Wir empfehlen den Einkäufern die Zusammenarbeit mit der Schweizer Stiftung Step, die über ein kompetentes Netz zur Überwachung von handgeknüpften Teppichen verfügt und die Produkte mit einem Gütesiegel versieht.

Wenn sich ein Lieferant nicht an die Migros-Regeln hält – können Sie die Verträge aufheben, einen Lieferanten nicht mehr berücksichtigen oder ausschließen?

Ja. Grundsätzlich ist das so. Bislang ist das allerdings nicht geschehen. Werden Abweichungen vom Kodex festgestellt, bieten wir den Lieferanten Hilfe an, um notwendige Anpassungen durchzusetzen.

Wer kontrolliert in Ihrem Auftrag die Einhaltung der Regeln?

Zwei Audit-Firmen: ITS in Wiesbaden und Exo-Text in Köln. Sie stellen auch die Korrekturpläne auf und werden künftig deren Einhaltung überwachen, ein globales Netzwerk betreiben und uns zur Seite stehen.

Demnach ist Ethik teuer.

Ja, Ethik ist teuer. Da wurde ein beachtliches Budget erstellt. Und die Lieferanten werden dabei in die Pflicht – und damit auch in finanzielle Verantwortung – genommen.

Die fünf Firmen, die Sie kontrollieren ließen, waren allesamt Textilhersteller.

Die Pilotprojekte erfolgten alle im Textilbereich, weil wir mit dem Kodex ursprünglich im Textilbereich gestartet sind.

Wie viele Firmen kontrollieren Sie pro Jahr?

Das ist eine schwierige Frage, weil wir in der Anfangsphase sind. Aber angepeilt sind fünf Prozent pro Jahr.

Wie lange dauert eine Kontrolle?

Sechs Monate. Wir verlangen zunächst eine Selbsteinschätzung der Lieferanten. Sie liefern uns die Daten, aufgrund derer wir zusammen mit dem Audit-Unternehmen die Prioritäten festlegen. Risikoländer und Risikobranchen werden zuerst kontrolliert. Nach der Prüfung werden Korrekturmaßnahmen formuliert, diese werden wiederum nach sechs Monaten kontrolliert und so weiter.

Bei allen fünf Firmen wurde der Kodex nicht voll eingehalten. Um welche Bereiche ging es?

Es ging um die Arbeitsbedingungen selbst, um die Sicherheit am Arbeitsplatz und die Sicherheitsbekleidung. Desweiteren um die Schlafstätten, die ja zum Teil in die Betriebe integriert sind, um die hygienischen Bedingungen, Toiletten, Waschmöglichkeiten, Klimatisation. Gravierende Verstöße haben wir bei den Arbeitszeiten und den Löhnen festgestellt, die teilweise massiv unter den gesetzlich geforderten lagen. Wir gaben den Lieferanten sechs Monate Zeit für Korrekturen. Und wir werden die Betriebe in den sechs Monaten danach nochmals kontrollieren.

Das hört sich an wie eine Polizeikontrolle.

Das macht den Anschein. Doch ich denke, das gehört heute zum Verantwortungsbewusstsein eines Konzerns.

Wenn die Migros bei einer Firma vielleicht zwei Produkte einkauft und der Umsatz gering ist, dann kommt eine Kontrolle wahrscheinlich gar nicht in Frage?

Kleinstlieferanten haben wir schon vor Jahren aus dem Tagesgeschäft ausgeschlossen. Die Zahl der Lieferanten haben wir in dem Ausmaß reduziert, dass wir für den Lieferanten und er für uns ein interessanter Partner bleibt.

Arbeitende Kinder, die aus Altersgründen entlassen werden müssen, sollen eine angemessene finanzielle Unterstützung und geeignete Schul- und Bildungsmöglichkeiten erhalten. Das steht in Ihren Richtlinien. Wurden wegen der Migros-Forderungen Kinder entlassen?

Nein. Weltweit arbeiten 300 Millionen Kinder. Und wenn wir über Kinderarbeit sprechen, dann müssen wir definieren: Was ist missbräuchliche Kinderarbeit? Missbräuchliche Kinderarbeit akzeptieren wir in keinem Fall. Kinderarbeit kommt aber auch in der Schweiz vor, denken Sie an Heimarbeiter oder Bauernhöfe, auf denen die Kinder im Sommer beim Heuen helfen müssen. Das kann eine normale Erscheinung sein. Wichtig ist, dass die Kinder neben der Arbeit auch eine Schule besuchen können.

Das mag ja für Westeuropa angehen

...

... in Südindien, wo Kinder arbeiten, hat die Migros eine Schule für tausend Kinder eröffnet. Ein anderes Beispiel ist unserer Pilotprojekt zur Anpflanzung von Biobaumwolle in Mali. Als wir das erste Mal dorthin gingen, sagten wir, okay, die Kinder sollen zur Schule gehen und nicht auf der Plantage arbeiten. Aber wenn es keine Schule und kein Geld gibt, nützen unsere Forderungen nichts. Dann muss man sich Gedanken machen,

wie man die entsprechende Infrastruktur bereitstellt.

Im Verhaltenskodex steht: „Sollten einzelne Fertigungsschritte oder die Montagekonfektion eines Produktes in Strafanstalten oder Sozialstätten erfolgen, so ist dies der Migros zu melden.“ Trifft dies häufig zu?

Nein. Wir untersagen unseren Lieferanten ganz klar Zwangsarbeit oder jede andere Art unfreiwilliger Beschäftigung. Wir haben aber keine Einwände, wenn in einem Gefängnis sinnvolle und menschenwürdige Arbeit nach unserem Kodex gemacht wird.

Ist es nicht merkwürdig, als Gutmensch einem Lieferanten etwas aufzwingen zu wollen? Ist das nicht Kolonialismus?

Nein. Die Zeit hat sich geändert. Kolonialismus, das war eine andere Zeit.

Wie begegnet man Ihnen mit Ihrem ethischen Standards in Ländern, deren Standard ein anderer ist? Ernten Sie Kopfschütteln, aufgerissene Augen, Gekicher – oder Verständnis?

Es kommt darauf an, von wem. Grundsätzlich hatten wir ein sehr positives Echo von unseren Lieferanten, die diesen Kodex begrüßt haben. Ich denke, er ist eine Hilfe für die Lieferanten. Umso mehr, weil wir diese partnerschaftlichen Beziehung klären und uns die Einhaltung des Kodex auch etwas kosten lassen.

Häufig arbeiten in den Fabriken Analphabeten. Wie gehen Sie mit diesem Problem um?

Der Kodex muss in jedem Betrieb oder in jeder Betriebsstätte, wo wir tätig sind, nicht nur ausgeschrieben, sondern auch mündlich erklärt werden.

Die Migros übernahm die Pionierrolle – und wurde wegen der Kontrollen der Textilfabriken öffentlich angeprangert. Welches Gefühl hat das bei Ihnen hinterlassen?

Kein schlechtes Gefühl. Im Gegenteil. Sie sprechen konkret die Clean Clothes

Campaign an. Es waren drei Unternehmen in der Schweiz, die ihre Lieferanten unabhängig prüfen ließen und das Projekt finanzierten: die Migros, die Firma Switcher und die Firma Veillon, beide in Lausanne. Zusammen mit den drei Entwicklungsorganisationen Erklärung von Bern, Brot für alle und Fastenopfer wurde das Projekt auf die Beine gestellt. Das war ein Lernprozess für alle Beteiligten, nicht nur für die Migros und die Partnerfirmen, sondern auch für die Prüfer.

Welche Probleme hatten die Prüfer?

Etwa, dass eine Prüfung angemeldet werden muss, das Management vor Ort also nicht von einem auf den anderen Tag von Besuchern überrascht wird. Für mich als Pragmatiker ist ganz klar, dass Sie sich anmelden müssen, wenn Sie das Management eines Betriebes einbeziehen wollen. Und es ist genauso klar, dass die Führungskräfte nicht einfach Gewehr bei Fuß stehen, wenn Sie kommen und sagen: „Ich möchte mal in Ihre Bücher, in Ihren Betrieb sehen. Und ich möchte mit Ihren Mitarbeitern sprechen.“

Nun gibt es nur sieben Millionen Schweizer, und es leben 6,2 Milliarden Menschen auf der Erde. Das Engagement eines solch kleinen Landes kann also nur ein Tropfen auf den heißen Stein sein.

Sicher. Andererseits denke ich, dass gerade ein kleines Land wie die Schweiz das Glück hat, sich viele Impulse leisten zu können. Die Größe eines Landes hat nichts mit seiner Kommunikationsfähigkeit zu tun. Ethik beginnt im Kleinen. In der Familie. In der Schule. In der Lebensführung. Und das Privileg der Schweiz ist, dass sie ethisches Verhalten fördern kann.

Hat sich das Engagement der Migros materiell ausgezahlt?

Ich glaube, das hat nicht erste Priorität. Es geht darum, dass das soziale Gedankengut und auch die ethischen Prinzipien des Migros-Gründers Gottlieb Duttweiler nach wie vor in diesem Konzern existent sind und

weitergetragen werden.

**Es geht also darum, ethische
Prinzipien in die Welt zu tragen?**

Ja.

**Wie den Gedanken des Roten
Kreuzes?**

Zum Beispiel, ja.

**Gibt es in Deutschland, Österreich
oder in anderen Ländern Firmen, die
den Migros-Kodex übernommen
haben?**

Nicht eins zu eins. Aber wir arbeiten
zum Beispiel mit KarstadtQuelle in
Ländern des Fernen Ostens zusammen.
Dank des gemeinsamen Auftritts haben
wir viel mehr Gewicht, die Umsetzung
unseres Verhaltenskodex zu erreichen. --
---|

Zusatzinformationen:

Zur Person:

Bernhard Moeri, 48, begann nach der
Handelsmittelschule und umfangreichen
Reisen seine Karriere 1979 als Product
Manager bei der Migros. Er ist im Tessin
aufgewachsen, wo seine Eltern ein Hotel
leiteten. Moeri, Vater eines Sohnes, wohnt
in Zürich. Seit Anfang 2003 ist er der erste
Beauftragte für den Verhaltenskodex der
Migros, dem umsatzstärksten Schweizer
Handelsunternehmen. Die Migros erzielte
2002 einen Umsatz von 20,2 Milliarden
Franken (13,3 Milliarden Euro).

Internet:

www.migros.ch

—

> [Druckversion dieses Artikels](#)

Suche

[Kontakt](#) | [AGB](#)

Copyright © 1999-2003 brand eins Verlag GmbH & Co. oHG, [Alle Rechte vorbehalten](#)