



Foto: GMB Akash

Wo der Schuh drückt

Auswirkungen des globalen Schuhhandels auf Preise, Löhne und Arbeitsbedingungen

Die Schuhbranche gehört weltweit zu den nach wie vor wachsenden Wirtschaftsbranchen. Das liegt einerseits an der stetig steigenden Nachfrage bei KonsumentInnen in Europa und den USA, gepaart mit steigendem Bedarf in Produktionsländern wie z.B. China oder Indien. Andererseits sind Schuhe nicht nur Funktions-, Berufs- und Alltagskleidung, sondern "Mode". Sie unterliegen deshalb je nach Saison unterschiedlichen Trends, wodurch stetig neuer Bedarf erzeugt wird.

Ähnlich wie in der Bekleidungsindustrie sind einzelne Glieder in der seit den 1970er Jahren zunehmend globalisierten Wertschöpfungskette der Schuhproduktion gerade in den vorgelagerten Produktionsstufen extrem arbeitsintensiv. Einige Produktionsschritte werden nach wie vor nur in Handarbeit und häufig in Heimarbeit getätigt, was in Ländern mit höheren Lohnniveaus und Arbeitsstandards sehr kostenintensiv ist. Daher ist die Schuhproduktion in Europa – abgesehen von Rumänien – rückläufig, auch wenn sie für den europäischen Markt

weiterhin sehr relevant ist. Viele Schuhunternehmen lagern laut Europäischer Kommission ihre Produktion in Länder mit geringeren Arbeits- und Lohnstandards aus. So verrichten beispielsweise in Indien HeimarbeiterInnen die arbeitsintensivsten Produktionsschritte. Die Arbeit dieser HeimarbeiterInnen ist äußerst prekär, da sie in häufig informellen, ungeschützten Arbeitsverhältnissen für sehr niedrige Löhne tätig sind.

Globale Schuhproduktion – Zahlen und Fakten

2011 wurden insgesamt über 21 Mrd. Paar Schuhe produziert, 2013 waren es bereits mehr als 22 Mrd. Das entspricht drei Paar pro Person weltweit. Davon wird laut 'World Footwear Yearbook' (WFY) der überwiegende Teil in Europa verkauft (ca. 40 %), gefolgt von China und den USA. Mit sieben Paar pro Person und Jahr werden die meisten Schuhe in den USA konsumiert, gefolgt von Deutschland, Japan und Großbritannien mit etwa fünf Paar pro Person und Jahr.

87 % der weltweiten Schuhproduktion findet in Asien statt. Das mit Abstand größte Produktionsland ist China mit ca. 14,6 Mrd. Paar Schuhen im Jahr 2014, gefolgt von Indien, Brasilien, Vietnam und Indonesien. Auf Platz 10 ist Italien, das Land mit der größten Schuhproduktion in Europa.

Asien exportiert weltweit die meisten Schuhe, Europa ist Hauptimporteure von Schuhen.

Die Graphik 1 zeigt, dass ein Großteil der asiatischen Schuhproduktion in andere Kontinente exportiert wird, die meisten der in Europa produzierten Schuhe hingegen innerhalb Europas gehandelt werden und nur ein geringer Anteil in andere Kontinente exportiert wird. Der durchschnittliche weltweite Exportpreis für Schuhe ist laut WFY in den letzten Jahren stetig gestiegen, wobei die wichtigsten Schuhexporteure, Asien und Europa, sehr gegensätzlich sind. So lag zum Beispiel der durchschnittliche Exportpreis von Schuhen aus China 2013 bei 3,45 Euro pro Paar und von Schuhen aus Deutschland bei 17,97 Euro pro Paar.

Graphik 2 zeigt, dass in den Jahren 2009 bis 2013 das Gros der weltweiten Wertschöpfung des globalen Schuhhandels in Europa erwirtschaftet wurde. Und obwohl Europa als Hauptimporteure fast alle Schuhe aus Asien bezieht, machte der Handel von Asien nach Europa nur 19 % der weltweiten Wertschöpfung aus.

Graphik 3 stellt die Preisbildung eines in Indonesien angefertigten Laufschuhs dar. Anhand einer Analyse

der Wertschöpfung wird deutlich, dass bei Markenunternehmen und Einzelhandel die größten Preisaufschläge anfallen, die sich jedoch nicht auf die Löhne der ArbeiterInnen in den Produktionsländern niederschlagen.

Der Kunde bezahlt an den Einzelhändler 120 Euro, dieser an den Zwischenhändler 55 Euro. Der Zwischenhändler bezahlt 50 Euro an das Markenunternehmen, welches das Paar Schuhe für 20 Euro vom Produzenten kauft.

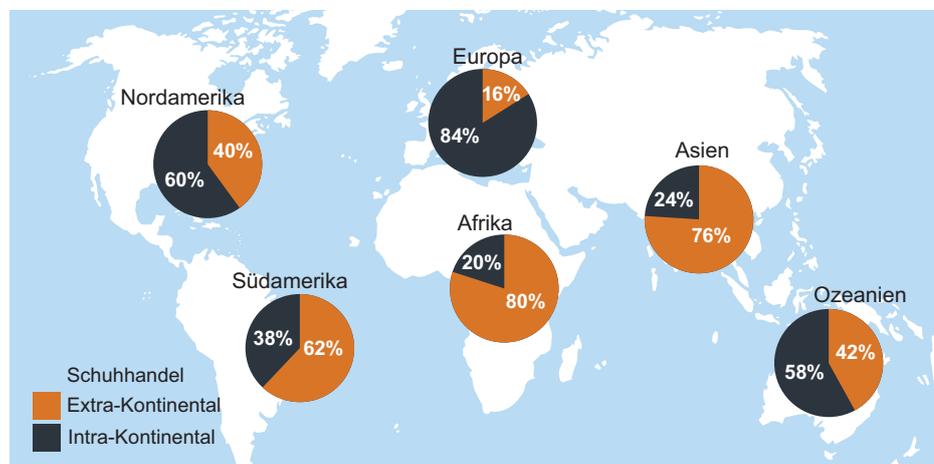
Die Analyse der Preisbildung zeigt deutlich, dass nur etwas über 2 % des Endpreises in die Löhne der ArbeiterInnen fließen, die den Schuh herstellen, wohingegen etwa ein Viertel beim Markenunternehmen und etwa ein Drittel beim Einzelhandel bleiben. Ein Großteil der Wertschöpfung findet also nicht in den Produktionsländern statt, sondern dort, wo die sog. immateriellen Wertschöpfungsaktivitäten, wie z.B. Werbung und Design, vollzogen werden. Die geringste Summe des Endpreises entfällt hingegen auf diejenigen Akteure, die die physische Arbeit bewältigen.

Die Wertschöpfungskette von Schuhen

Die Wertschöpfungskette von Schuhen lässt sich, wenn man Transport und Logistik außer Acht lässt, grob in drei Schritte unterteilen, die allerdings von Schuh zu Schuh sehr unterschiedlich aussehen können. Je nach Ausprägung der unterschiedlichen Glieder der Wertschöpfungskette können Preise, Löhne und Arbeitsbedingungen stark variieren.

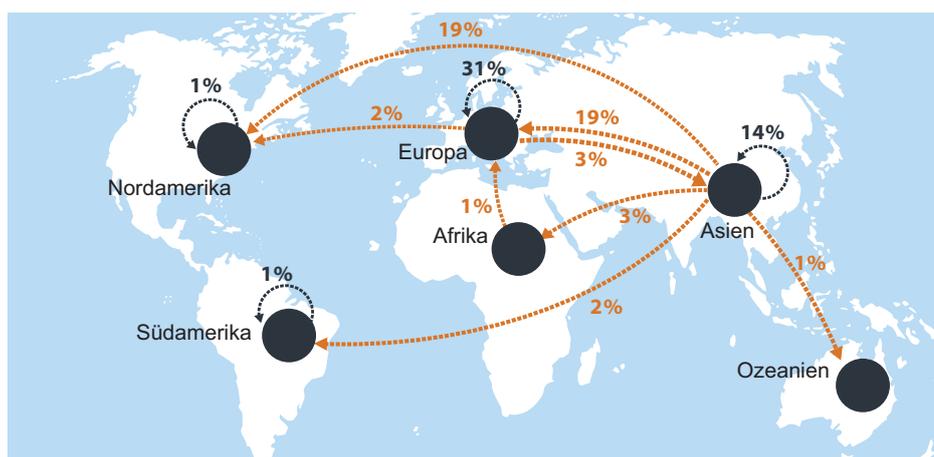
Graphik 1 Schuhhandel Extra-Kontinental und Intra-Kontinental

Quelle: Eigene Darstellung in
Anlehnung an World Footwear
Yearbook 2014: S.14



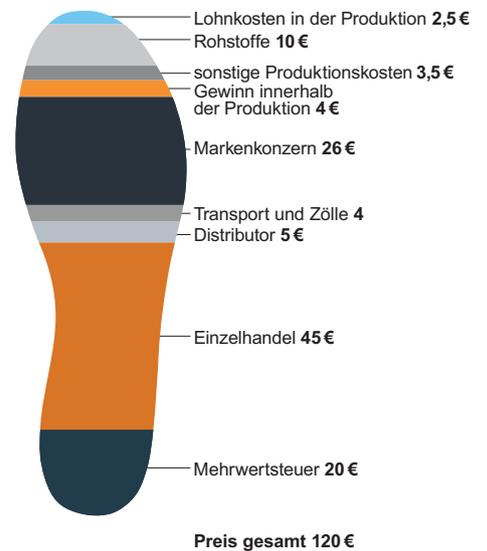
Graphik 2 Wertschöpfungsströme im globalen Schuhhandel

Quelle: Eigene Darstellung in
Anlehnung an World Footwear
Yearbook 2014: S.14



Wertschöpfungskalkulation eines Laufschuhs

Quelle: Die Zahlen beruhen auf einer Neuberechnung der Wertschöpfungskalkulation eines Laufschuhs der Clean Clothes Campaign (CCC) unter Einbeziehung von Praxisbeispielen und ausgehend von weiteren Faktoren, insbesondere der Berücksichtigung der Zwischenhändler und den in den letzten Jahren gestiegenen Produktionskosten, die bei der Berechnung der CCC fehlen. Die Berechnungen wurden durchgeführt im Rahmen einer Masterarbeit an der Universität Hohenheim, Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Die Praxisbeispiele beziehen sich auf die für diese Masterarbeit durchgeführten Experteninterviews. Universität Hohenheim, 2013: Analyse des Value Capture entlang der globalen Wertschöpfungskette am Beispiel der Sportartikel-/ Sportschuhindustrie



1. Konzeption und Design

Dieser erste Schritt findet beim Markenunternehmen statt und besteht v.a. aus Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten. Der eigentliche Entwicklungsprozess eines Schuhs beginnt etwa 18 Monate vor Verkaufsstart beim Produktmanager im Markenunternehmen. Bei manchen besonders aufwendigen Markenschuhen kann der Prozess sogar 24 Monate vor Markteinführung beginnen. Die benötigten Materialien und daraus resultierend bereits die Auswahl der Produktionsstätten leiten sich aus dem sogenannten „Briefing der Produktkonzeption“, der technologischen Ausstattung und der Schuhspezifikation, ab. Als nächsten Schritt beginnen die Designer mit der Konkretisierung der Entwürfe, die dann als erste Muster beim Lieferanten vom Markenunternehmen bestellt werden.

2. Produktion

Die Schuhproduktion lässt sich unterteilen in die vorgelagerten Stufen der Wertschöpfungskette, also die Verarbeitung der Rohmaterialien wie z.B. Leder einerseits und in das eigentliche Anfertigen der Schuhe, also z.B. das Zuschneiden, Nähen und Kleben der verschiedenen Komponenten andererseits.

In den ersten Produktionsschritten gibt es eine Vielzahl von arbeitsintensiven Schritten. Allein bei der Ledergerbung wird unterteilt in verschiedene Schritte des Gerbens, Bleichens und Zuschneidens. Zur Gerbung des Leders wird zu 85 % Chrom verwendet. In den Gerbereien führt der Einsatz von Chrom und anderen Chemikalien häufig zu Arbeitsrechtsverletzungen, da oftmals Gesundheits- und Sicherheitsstandards nicht eingehalten werden.

Beim Anfertigen der Schuhe muss wiederum unterschieden werden zwischen den oftmals maschinellen Arbeiten, die in Fabriken getätigt werden und den äußerst arbeitsintensiven Schritten, die meist in Heimarbeit verrichtet werden. Oftmals wird der gesamte Schuh in einer Fabrik gefertigt und nur ein Produktionsschritt, z.B. das Nähen des Oberteils, wird von HeimarbeiterInnen in Handarbeit getätigt.

Grundsätzlich lässt sich sagen, dass eine Vielzahl von Arbeitsschritten für die Produktion eines Schuhs nötig ist. So besteht beispielsweise der Laufschuh Gel Kayano von Asics aus 26 verschiedenen Materialien bzw. 65 einzelnen Stücken und zu seiner Fertigstellung werden rund 360 Verarbeitungsschritte benötigt.

*Naga Bai, 65 Jahre alt, Heimarbeiterin - näht Schuhe
Ort: Gegend von Ambur, Indien
Seit mehr als 20 Jahren näht Naga Bai Schuhe in Heimarbeit.*

Ein Mittelsmann bringt jeden Morgen Schuhoberteile, die sie tagsüber zusammen näht und die abends wieder abgeholt werden. Für ein Paar Schuhe bekommt sie umgerechnet ca. 14 Cent. Pro Tag kann sie 10 Paare fertigstellen. Das entspricht einem Tageseinkommen von ungefähr 1,50 Euro. Zum Leben ist das zu wenig, allein ein Kilogramm Reis kostet bis zu 70 Cent. Aufgrund saisonaler Anforderungen steigt die zu produzierende Stückzahl manchmal sprunghaft an. Unter großem Druck muss sie dann in kurzer Zeit eine große Anzahl von Schuhen anfertigen. Sie bekommt weder eine Pension und ist als Heimarbeiterin auch nicht krankenversichert.



Foto: „Change Your Shoes“

3. Vertrieb / Einzelhandel

Am Ende der Wertschöpfungskette stehen die verschiedenen Händler, die die Schuhe an den Endkunden verkaufen. Oftmals wird der Schuh sechs bis neun Monate vor Markteinführung auf den Order-Messen der Einzelhändler präsentiert. Hierbei ist entscheidend, wie viele Bestellungen die Einzelhändler aufgeben. Nur wenn die Bestellungen eine gewisse Schwelle überschreiten, wird der Schuh beim Hersteller in Auftrag gegeben. Ein großer Teil des Endverkaufspreises bleibt im Einzelhandel (s. Graphik 3). Nicht zuletzt deswegen streben viele der großen Markenunternehmen eine Ausweitung der unternehmenseigenen Vertriebsstrukturen an. So eröffnen zum Beispiel Markenunternehmen eigene Filialen, wodurch sie auch als Einzelhändler tätig werden. Dies hat den Hintergrund, dass sich bei einem Wegfall der Zwischen- und Absatzhändler ihr Anteil am Endverkaufspreis deutlich erhöht. Analog zu den Sportschuhherstellern bleiben ca. zwei Drittel des Endverkaufspreises auch bei den



Schuhhandelsunternehmen, die gleichzeitig Schuhmarken sind – wie z.B. Salamander von ara Shoes AG oder Elefanten von Deichmann.

Soziale und ökologische Folgen der Schuhproduktion

Ähnlich wie in der Bekleidungsindustrie werden in der Schuhproduktion grundlegende Arbeitsrechte nicht eingehalten und damit gegen Menschenrechte verstoßen. Oftmals wird ArbeiterInnen in den Produktionsländern nicht der gesetzlich vorgeschriebene Mindestlohn gezahlt, geschweige denn ein existenzsicherndes Einkommen. Das Beispiel der indischen Heimarbeiterin Naga Bai belegt das sehr eindrücklich.

Zudem werden notwendige Sicherheitsstandards häufig nicht eingehalten, was insbesondere in den Gerbereien verheerende Folgen für Leben und Gesundheit der Beschäftigten haben kann. So starben z.B. am 31.01.2015 neun Arbeiter und ein Wachmann in einer Gerberei in Tamil Nadu, Indien, nachdem die Schutzwand einer benachbarten Kläranlage nachts eingestürzt war und die schlafenden Arbeiter überraschte. Alle zehn Menschen ertranken in dem hochgiftigen Schlamm. Spätere Untersuchungen ergaben, dass die über 500 Kubikmeter ausgetretenen Klärschlamm neben Chromsulfaten noch viele weitere gefährliche Substanzen enthielten. Zusätzlich zu den weit verbreiteten Verletzungen der Rechte von ArbeiterInnen, hat die Schuhproduktion auch weitreichende ökologische Auswirkungen. So erfordert die Produktion von Lederschuhen erhebliche Boden- und Wasserressourcen. Es wird geschätzt, dass für die Produktion eines Paares Lederschuhe 2015 bis zu 25.000 Liter Wasser und 50 Quadratmeter Land verbraucht werden.

Alle Informationen entstammen dem englischsprachigen Factsheet „Does the Shoe Fit? An overview of global shoe production“, das hier heruntergeladen werden kann: www.suedwind-institut.de/publikationen/2015/

Impressum

Erscheinungsort und Datum: Bonn, August 2015
Titelfoto: GMB Akash
Autor: Anton Pieper
Redaktion und Korrektur: Sandra Grigentin-Krämer
V.i.S.d.P.: Martina Schaub
Gestaltung und Satz: www.pinger-eden.de
Druck und Verarbeitung: Brandt GmbH, Bonn
Gedruckt auf Recycling-Papier

Herausgeber

SÜDWIND e.V. – Institut für Ökonomie und Ökumene
Kaiserstraße 201 · 53113 Bonn
Tel.: +49 (0)228-763698-0
info@suedwind-institut.de · www.suedwind-institut.de
KD-Bank · IBAN: DE45 3506 0190 0000 9988 77
BIC: GENODED1DKD
Stichwort: WC 13029

INKOTA-netzwerk

Chrysanthenen Str. 1-3 · 10407 Berlin
Tel.: +49 (0)30-420 8202-0
hinzmann@inkota.de · www.inkota.de/change-your-shoes
KD-Bank · IBAN: DE06 3506 0190 1555 0000 10
BIC: GENODED1DKD
Stichwort: „Change Your Shoes“

Was nötig ist ...

Die Globalisierung des Schuhhandels führte zur Auslagerung der Produktion in sogenannte Niedriglohnländer, wo die Schuhe häufig unter sehr schlechten sozialen und ökologischen Bedingungen hergestellt werden.

Unternehmen und Politik stehen in der Verantwortung, diese Bedingungen zu verbessern. Dazu gehören insbesondere die Zahlung von existenzsichernden Löhnen sowie die Abkehr von der Verarbeitung chromgerbten Leders.

Darüber hinaus müssen sich Unternehmen und Politik aktiv in Initiativen für öko-soziale Standards engagieren, die zum Ziel haben, Transparenz entlang der gesamten Wertschöpfungskette von Schuhen zu schaffen, von den ersten Produktionsschritten – wie der Ledergerbung – bis hin zum Ende der Wertschöpfungskette, wenn die Schuhe im Laden gekauft werden. Wir alle haben das Recht zu wissen, wie unsere Schuhe produziert wurden. Dies beinhaltet sowohl die Arbeitsbedingungen in Gerbereien und Fabriken und die Zahlung von existenzsichernden Löhnen als auch das Wissen über weitreichende und teilweise irreversible Umweltverschmutzung in der Schuhproduktion. Nur wenn sich die Akteure in den Importländern – vor allem Unternehmen und Regierungen – ihrer Verantwortung für eine nachhaltige Schuhindustrie stellen und sich zu menschenwürdiger Arbeit bekennen, ist eine Schuhproduktion möglich, bei der Arbeits- und Umweltstandards berücksichtigt und Menschenrechte gewahrt werden.

Was Ihr machen könnt!

Informiert euch und erzählt es weiter. Bestellt unsere Infomaterialien oder informiert euch auf unseren Websites. Außerdem kommen wir gerne zu Vorträgen in eure Stadt. **Aktiv werden:** Nehmt an „Change Your Shoes“-Aktionen teil. Ihr könnt auch selbst eine Aktion organisieren. Wir helfen gerne mit Tipps und Ideen.

„Change Your Shoes“ ist eine Initiative von 18 Menschenrechts- und Arbeitsrechtsorganisationen, die sich für eine nachhaltige und ethische Schuhlieferecke einsetzen. Indem die Kampagne die KonsumentInnen für einen nachhaltigen Lebensstil sensibilisiert, Lobbyarbeit bei PolitikerInnen und Labelorganisationen leistet und Unternehmen drängt ihre Sorgfaltspflichten wahrzunehmen, zielt die Kampagne darauf ab, die sozialen und ökologischen Bedingungen in der Schuh- und Lederindustrie zu verbessern. Die Kampagne steht im Zeichen des Europäischen Jahr für Entwicklung und dessen Motto „Unsere Welt, unsere Würde, unsere Zukunft“.

Das Projekt wird von der Europäischen Union finanziell unterstützt sowie von Mitteln des Kirchlichen Entwicklungsdienstes durch Brot für die Welt – Evangelischer Entwicklungsdienst und von ENGAGEMENT GLOBAL im Auftrag des BMZ. Für den Inhalt dieses Artikels sind allein SÜDWIND und das INKOTA-netzwerk e.V. verantwortlich.

