



**Clean  
Clothes  
Kampagne**

Österreich



# **CHANGE YOUR SHOES**

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

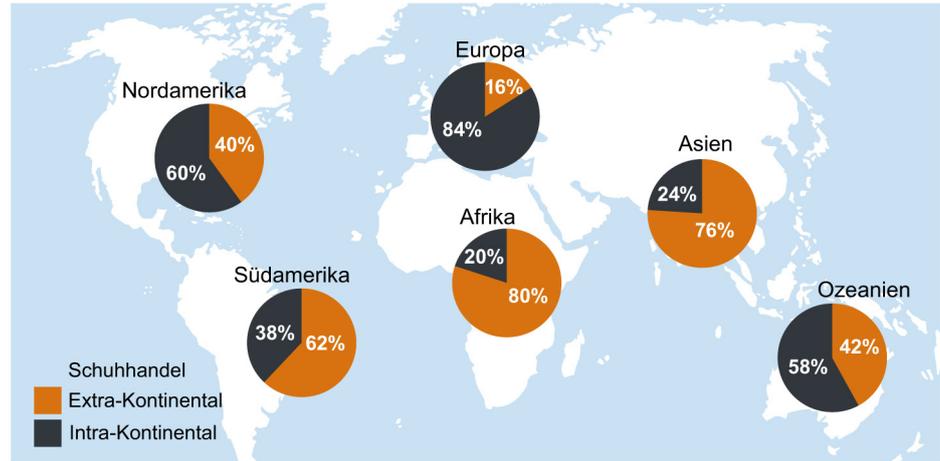
2011 wurden insgesamt über 21 Mrd. Paar Schuhe produziert, 2013 waren es bereits mehr als 22 Mrd. Das entspricht drei Paar pro Person weltweit. Davon wird laut, World Footwear Yearbook (WFY) der überwiegende Teil in Europa verkauft (ca. 40%), gefolgt von China und den USA. Mit sieben Paar pro Person und Jahr werden die meisten Schuhe in den USA konsumiert. Laut Wirtschaftskammer Österreich werden hierzulande circa sechs Paar Schuhe pro Person pro Jahr gekauft.

**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 1**

### Schuhhandel Extra-Kontinental und Intra-Kontinental

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

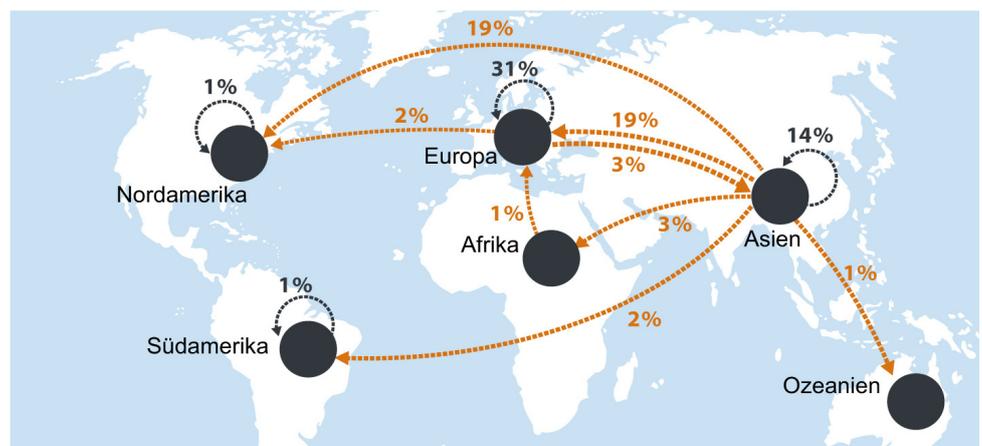


**Graphik 2** zeigt, dass in den Jahren 2009 bis 2013 das Gros der weltweiten Wertschöpfung des globalen Schuhhandels in Europa erwirtschaftet wurde. Und obwohl Europa als Hauptimporteur fast alle Schuhe aus Asien bezieht, machte der Handel von Asien nach Europa nur 19% der weltweiten Wertschöpfung aus.

**Graphik 2**

### Wertschöpfungsströme im globalen Schuhhandel

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



**Graphik 3** stellt die schematische 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.

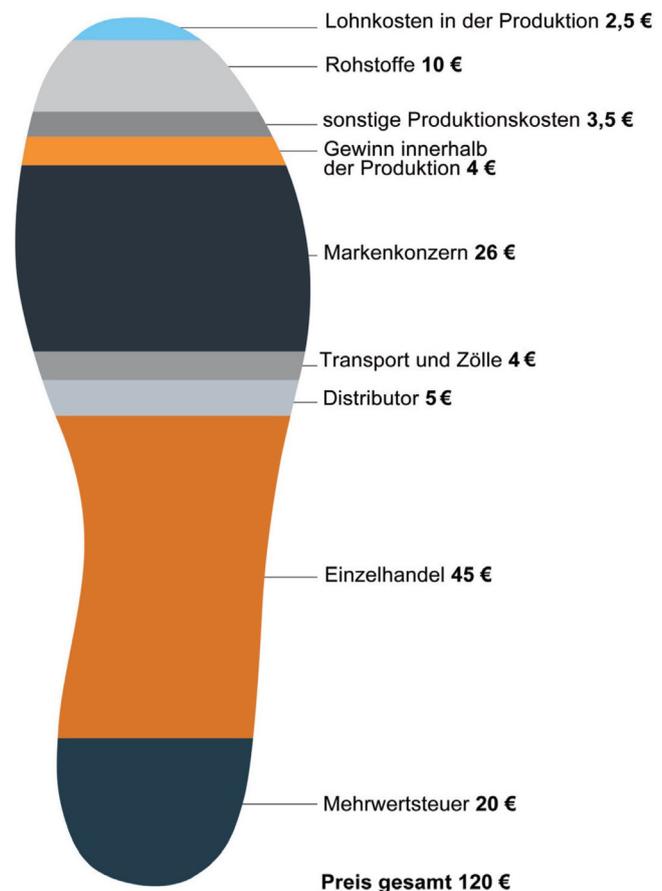
KundInnen bezahlen im Einzelhandel 120 Euro, davon gehen 55 Euro an den Zwischenhandel. Der Zwischenhändler bezahlt 50 Euro an das Markenunternehmen, welches das Paar Schuh für 20 Euro vom Produzenten kauft.

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 AkteurInnen, die die physische Arbeit bewältigen.

### Graphik 3

#### 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*





## 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.

### 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 DesignerInnen 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. Bei der Gerbung des Leders führt der hohe Einsatz von Chemikalien häufig zu Arbeitsrechtsverletzungen, da oftmals Gesundheits- und Sicherheitsstandards nicht eingehalten werden.

Beim Anfertigen der Schuhe muss wiederum unterschieden werden zwischen den 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 erledigt. 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. 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 14 Cent. Pro Tag kann sie zehn Paare fertigstellen. Das ist ein Tageseinkommen von 1,4 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.

### 3. Vertrieb / Einzelhandel

Am Ende der Wertschöpfungskette stehen die verschiedenen Händler, die die Schuhe an KundInnen verkaufen. Oftmals wird der Schuh sechs bis neun Monate vor Markteinführung auf Verkaufsmessen 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 (siehe 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.

## 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. Ende Jänner 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 der ausgetretenen Klärschlamm neben Chromsulfaten noch viele weitere gefährliche Substanzen enthielt. 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 bis zu 25.000l Wasser und 50m<sup>2</sup> Land verbraucht werden.

## 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, die Abkehr von der Verarbeitung chromgegerbten Leders und Transparenz für die KonsumentInnen.



## Clean Clothes Kampagne

Österreich



Die Kampagne steht heuer im Zeichen des Europäischen Jahr für Entwicklung und dessen Motto „Unsere Welt, unsere Würde, unsere Zukunft“. Die EU spielt eine wichtige Rolle beim Schutz von ArbeiterInnen und KonsumentInnen vor gesundheitsgefährdenden Produkten und bei der Implementierung einer ethischen und nachhaltigen Schuhproduktion.



Dieses Factsheet wurde mit der finanziellen Unterstützung der Europäischen Union produziert. Die Inhalte dieses Factsheets unterliegen der alleinigen Verantwortung der Change your Shoes-Partnerorganisationen und können unter keinen Umständen als Wiedergabe der Position der Europäischen Union verstanden werden.

unsere Welt  
unsere Würde  
unsere Zukunft

GEFÖRDERT DURCH DIE  
ÖSTERREICHISCHE  
ENTWICKLUNGS  
ZUSAMMENARBEIT



2015 Europäisches Jahr für Entwicklung

### Was Sie machen können!

Informieren Sie sich auf unserer Website und folgen Sie uns auf Facebook.

[www.cleanclothes.at/schuhe](http://www.cleanclothes.at/schuhe)

### Impressum

Autor: Anton Pieper

Dank an: Kolleginnen und Kollegen des Change your Shoes – Projektes

Layout: Krista Stentoft, Clean Clothes Campaign Dänemark & Re-dress, [www.re-dress.ie](http://www.re-dress.ie)

Druck: Resch, [www.resch-druck.at](http://www.resch-druck.at); gedruckt mit Ökostrom auf FSC-zertifiziertem Papier

M.H.V.:

Clean Clothes Kampagne

c/o Südwind Agentur

Laudongasse 40

1080 Wien

[www.cleanclothes.at](http://www.cleanclothes.at)

[office@cleanclothes.at](mailto:office@cleanclothes.at)

Wien Juli 2015

Foto: © Südwind/ Webhofer