



Swiss hat 2019 für soziale Einrichtungen wie Pigna, Pro Juventute und Sternschuppe Einblicke hinter die Kulissen des Flugbetriebs gewährt und so vielen Menschen mit besonderen Bedürfnissen Abwechslung und Freude in den Alltag gebracht.

# Unternehmen und Menschenrechte

**ZHAW-Studie** Ins Haus steht ein ernüchterndes Monitoring zur Achtung der Menschenrechte, eine Bewertung grosser deutscher Firmen.

HERBERT WINISTÖRFER

Die östlichste Provinz Chinas, Xinjiang, ist Unternehmensstandort für deutsche Konzerne wie VW. Das wäre an sich keine Zeile wert, gäbe es nicht Informationen über Umerziehungslager und die Unterdrückung der muslimischen Minderheit. Jüngst publik gewordene Dokumente legen nahe, dass der Standort auf Druck von Peking gewählt worden ist. Im Gegenzug erhält VW ungehinderten Zugang zu den wachsenden Märkten in China. Wenn es sich so verhält: Macht sich VW damit zum Komplizen bei Menschenrechtsverletzungen? Und verletzt das Unternehmen damit international anerkannte Standards?

Ein Blick in die Monitoring-Berichte der UNO-Institutionen oder in den jährlichen Bericht von Amnesty International zeigt, dass in vielen Regionen der Welt die Menschenrechtssituation problematisch ist. Offenbar sind manche Staaten, die die Menschenrechtspakte ratifizierten, nicht in der Lage oder willens, diese Verpflichtungen vollständig umzusetzen. Wo die Staaten nicht handeln, sind andere Akteure gefordert. Es besteht inzwischen ein inter-

nationaler Konsens, wonach besonders grosse, transnational tätige Unternehmen ihren Einfluss nutzen sollen, um Menschenrechtsverletzungen zu verhindern.

Warum sie es dennoch nicht durchgängig tun? Anscheinend lohnt es sich in vielen Fällen, Teile der Wertschöpfungskette in Regionen mit tiefen Sozialstandards und gravierenden Vollzugsdefiziten auszulagern, obwohl neben den Konsumenten mittlerweile auch die Finanzmarktakteure eine zunehmende Präferenz für Produkte und Unternehmen mit hoher Leistung in Umwelt-, Sozial- und Governance-Themen haben. Oft fehlt auch schlicht das Wissen um die in komplexen Lieferketten involvierten Akteure oder Regionen.

## Vorreiter Frankreich

Kommt hinzu, dass bereits 2011 die «UNO-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte» einstimmig vom UN-Menschenrechtsrat verabschiedet wurden. Sie liefern klare Antworten auf die Fragen, worin die unternehmerische Verantwortung liegt und wie sie umzusetzen ist. Rechtlich bindend sind sie zwar nicht, aber in vielen Ländern befinden sich entsprechende Regulierungen bereits im ge-

setzgeberischen Prozess. Am weitesten ist Frankreich, wo ein «Gesetz über unternehmerische Sorgfaltspflichten» seit 2017 in Kraft ist.

## Deutschland: Fortschritte, aber ...

Vor diesem Hintergrund hat sich die deutsche Bundesregierung zum Ziel gesetzt, dass bis ins Jahr 2020 mindestens die Hälfte der deutschen Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitenden eine menschenrechtliche Sorgfaltsprüfung eingeführt haben soll. Sie umfasst die Identifikation menschenrechtlicher Risiken in der gesamten Wertschöpfungskette, die Bewertung der Risiken, die Ableitung und Umsetzung geeigneter Massnahmen zur Minderung der grössten Risiken sowie eine Erfolgskontrolle.

In diesem Zusammenhang wurde ein ausführliches Monitoring in Auftrag gegeben, dessen Ergebnisse für 2020 erwartet werden. Einen ersten Hinweis auf den Stand der Unternehmen in Deutschland liefert die Studie «Achtung der Menschenrechte: Eine Kurzbewertung der grössten deutschen Unternehmen». Sie wurde vor kurzem vom Business and Human Rights Resource Center in Zusammenarbeit mit der ZHAW School of Management and

Law in Winterthur publiziert. Grundlage dieser Analyse der zwanzig grössten deutschen Unternehmen war ein Indikatorenkatalog, der auf den UNO-Leitprinzipien basiert. Die Ergebnisse waren ernüchternd. Kein einziges Unternehmen punktete in allen Menschenrechtsindikatoren,

## Keine von zwanzig der grössten deutschen Firmen hat die UNO-Leitprinzipien umgesetzt.

und jedes Unternehmen erzielte bei mindestens einem der Kernindikatoren eine Null. Fazit: Basierend auf öffentlich verfügbaren Informationen hat von zwanzig der grössten deutschen Unternehmen keines die UNO-Leitprinzipien umgesetzt.

## Und die Schweiz?

In der Schweiz setzt die Konzernverantwortungsinitiative an dieser Stelle an. Sie sieht vor, dass grosse Schweizer Unternehmen für Schäden haftbar gemacht werden können, die sie irgendwo auf der Welt (mit-)verursachen. Es sei denn, sie können nachweisen, dass sie zuvor ihre

Sorgfaltsprüfung gewissenhaft durchgeführt haben. Nimmt man die Ergebnisse der nun vorliegenden Studie zum Massstab, könnte man vermuten, dass keinem der untersuchten deutschen Unternehmen im Ernstfall diese Haftungsbefreiung gelingen würde. Von Volkswagen zum Beispiel müsste man erwarten, dass eine gewissenhafte Sorgfaltsprüfung die menschenrechtlichen Risiken in Xinjiang – primär für die Menschen vor Ort, aber auch für die Unternehmung – als hoch identifiziert hätte und entsprechende Massnahmen eingeleitet worden wären.

Obwohl noch nicht klar ist, wie weit die Schweiz dem internationalen Trend zur rechtlich verpflichtenden Sorgfaltsprüfung folgt, ist das Interesse daran gross. Die ZHAW School of Management and Law bildet im Rahmen eines Weiterbildungsprogramms CAS Corporate Responsibility Fachpersonen für Nachhaltigkeit in Unternehmen aus. Dort ist die menschenrechtliche Sorgfaltsprüfung aufgrund der Nachfrage fester Bestandteil.

Herbert Winistörfer, Leiter Fachstelle Corporate Responsibility, Dozent in der Weiterbildung CAS Corporate Responsibility, ZHAW School of Management and Law, Winterthur.

# Fast Fashion wird gebremst

**Nachhaltige Mode** Die rasche Mode ist aufgrund der Rahmenbedingungen zum grossen Problem geworden. Marktplätze sollen Secondhand alltagstauglich machen.

MATTHIAS NIKLOWITZ

Vor sechzig Jahren kannte die Modeindustrie nur zwei Saisons: die Frühling- und Sommerkollektion, die jeweils im Frühjahr des Vorjahres vorgestellt worden war, und die Herbst- und Wintermode, die seinerzeit im Februar auf den Laufstegen der Welt zu sehen war. Man wollte damit den Herstellern ausreichend Zeit geben, bei den Händlern und Kunden vorfühlen zu können, um dann die richtige Anzahl Röcke, Jacken und Hosen zu produzieren.

Mit Fast Fashion der grossen Marken wie Zara, H&M, Gap und Forever 21 ist das vorbei: Es gibt, je nach Zählweise, bis zu 52 Mikro-Saisons; jede Woche ist eine Saison. Die schnell reagierenden Hersteller schauen natürlich weiterhin, was auf den Laufstegen der grossen Marken in Paris und in Mailand präsentiert wird. Sie haben jetzt die Möglichkeit, viel rascher zu reagieren – und sie bringen teilweise die Kopien in die Geschäfte, bevor die Originalhersteller ihre Ware drapiert haben.

## Erst einige Öko-Linien

Diese Beschleunigung der ganzen Kette von der Produktion bis hin zum Verkauf geht mit negativen Begleiterscheinungen einher: Die Fast-Fashion-Hersteller lassen ihre Mode in Tieflohnländern herstellen, die Verarbeitungsqualität ist oft niedrig und die Arbeitsbedingungen in den Fabriken sind fragwürdig. Auch am Material

wird gespart, die Textilien sind voll von chemischen Zusatzstoffen.

Die Fast-Fashion-Welle führt auch zu immer kürzeren Nutzungsdauern der Kleidung. Gemäss der Environmental Protection Agency, der US-Umweltbehörde, produziert die Textilindustrie jährlich mehr

## Führend sind nicht Politiker, sondern die Kundinnen und Kunden, zusammen mit einer Reihe von Influencern.

Treibhausgase als die Airlines und Schiff- flotten der Welt zusammen: 10 Prozent der Treibhausgase und ein Viertel der Insektizide gehen auf das Konto der Stoffhersteller und -verarbeiter.

Inzwischen erfolgt auch hier ein Umdenken. Führend sind nicht die Politiker,

sondern die Kundinnen und Kunden, zusammen mit einer Reihe von Influencern. Suchmaschinen wie Google registrieren seit zwei Jahren einen starken Zuwachs von Schlüsselworten wie «veganes Leder» oder «organic cotton», also umweltfreundliche hergestellte Baumwolle. Eine grosse Umfrage in den USA ergab, dass es vor allem die jüngeren Menschen sind, die Textilien anders konsumieren wollen.

## Slow statt fast

Und auch die Hersteller reagieren: Adidas produziert seit diesem Jahr Millionen von Sneakers aus Plastik, welchen man aus den Ozeanen gefischt hat. H&M hat in ihrer Conscious Collection Jacken und Cowboy-Stiefel im Angebot, bei denen der Lederersatz aus Pflanzenfasern gewonnen wird. Levi's hat einen Pilotversuch mit einer Linie unternommen, bei der die Metallelemente an der Kleidung

leicht zu lösen sind, um so das Recycling zu erleichtern.

Und einige Marken scheuen sich auch nicht, sich im Secondhand-Bereich zu engagieren. Freitag, der Kult-Taschenhersteller aus Zürich, hat eine App vorgestellt, über die die Kunden ihre Taschen untereinander tauschen beziehungsweise an weitere Interessierte verkaufen können. Das System funktioniert ähnlich wie die Dating-App Tinder. Poshmark, eine Tauschplattform aus den USA, die sich als Social Marketplace von Amazon und Co. abheben will, macht das Gleiche herstellerübergreifend.

Und auch die Marktplätze sind aktiv: Sie versuchen, mit einer Kombination von künstlicher Intelligenz und Anprobe-Apps die Anzahl der Retouren zu reduzieren. Aus Fast Fashion soll so (wieder) Slow Fashion werden – diesmal unterstützt durch besonders schnelle Computer.