

CSR und Verbraucher – Nachhaltiger Konsum und die Macht der Verbraucher

3,99 Euro für ein Basic Top? Das klingt verlockend. Doch in der „KiK-Story“ des ARD-Reporters Christoph Lütgert werden die fatalen Folgen einer solchen Preispolitik am Beispiel des Billig-Discounters KiK offen gelegt. Der Imageschaden des Dortmunder Unternehmens nach der Sendung war immens. Zeitgleich mit der Empörung der Zuschauer über die vielen Missstände bei KiK wuchs auch die Bereitschaft der Verbraucher, ihr Konsumverhalten zu überdenken. „Immer mehr Menschen“, so auch eine Sendung des WDR ‚Faire Mode – Faire Preise?‘ „möchten sich buchstäblich anständig anziehen“.¹

M1: „Billig hat seinen Preis: ‚Die KiK-Story‘ von Reporter Christoph Lütgert, ARD“

„Gerade hat sie noch stolz von der Hose aus ‚ihrer Kollektion‘ geplappert, nun will sie nichts mehr sagen. Hinter den Kulissen einer KiK-Show hat NDR-Reporter Christoph Lütgert der laufenden Kleiderstange Verona Pooth aufgelauert, um sie ein bisschen auszuhorchen: Ob sie denn wisse, unter welchen Bedingungen die Klamotten ihres Werbepartners genäht werden, fragt er unschuldig und hartnäckig zugleich. Weiß Frau Pooth aber nicht. Oder will es nicht wissen. Husch, husch, weg ist sie. ‚Kleidung clever kaufen! Komplett einkleiden für unter 30 Euro!‘

Und auf jeden Fall: ‚Besser, als man denkt!‘ All das verspricht er, der Textil-Discounter KiK. Das Geschäft brummt, das knallrote Logo mit dem weißen Häkchen fehlt in kaum einer Einkaufsmeile. (...) Nicht mehr zugreifen wird womöglich, wer den Report ‚Die KiK-Story‘ gesehen hat, die nun, nach langen Streitigkeiten mit dem Konzern und angefüllt durch neue Szenen, in der ARD gezeigt werden durfte. Reporter Christoph Lütgert hat sie alle aufgetan und befragt, diejenigen, die ihren Teil dazu beigetragen haben zum großen KiK-Preiswunder. Eine Angestellte etwa erzählt von monatelang ungeheizten Verkaufsräumen, in denen sie von der Putzkraft bis hin zur Verkäuferin alle Jobs erledigte – für 4,50 Euro pro Stunde. (...) Auch nach Bangladesch reiste Lütgert und besuchte die Näherinnen, die für den Discounter unter Legebatterie-Bedingungen Stoffe im Akkord zu Kleidung verarbeiteten – für 25 Euro im Monat. Zu wenig zum Leben (...) Wer heutzutage noch glaubt, dass Billigst-Textilien unter menschenwürdigen Bedingungen hergestellt und verkauft werden können, muss mit einer großen Naivität gesegnet sein. Dennoch sind immer wieder Beiträge wie dieser nötig, um den Verdrängungs-Automatismus im Konsumenten wenigstens für eine Weile außer Kraft zu setzen.“

(Quelle: www.focus.de/kultur/kino_tv/focus-fernsehclub/ard-exklusiv-die-kik-story-auch-billig-hat-seinen-preis_aid_536253.html, 2010)

M2: „KiK-Gründer Heinig übt öffentlich Reue“

„Zwei TV-Beiträge rücken den Textildiscounter KiK in ein zweifelhaftes Licht. Öffentlich äußerte sich Konzernchef Stefan Heinig bisher nur ungerne. Jetzt muss er. (...) Pünktlich einen Tag vor Ausstrahlung demonstrierte Heinigs Textildiscounter in aller Öffentlichkeit Reue. Man habe „sicher Fehler gemacht“, teilte KiK mit. „Dies bedauern wir außerordentlich.“ Wie zum Beweis ließ der Firmenchef eine Pressemeldung verschicken, nach der die Geschäftsführung nun um den ehemaligen Otto-Manager Michael Arretz erweitert wird. Der 49-Jährige soll ab sofort beide Krisengebiete des Filialisten wieder in Ordnung bekommen: Qualitätssicherung und Unternehmenskommunikation.“

(Quelle: www.zeit.de/wirtschaft/unternehmen/2010-08/textildiscounter-kik-heinig, 2010)

Quelle und Copyright: Kampagne für Saubere Kleidung, www.saubere-kleidung.de

¹ www.wdr.de/tv/servicezeit/sendungsbeitraege/2012/kw04/0124/01_faire_mode_faire_preise.jsp, 24.1.2012

M3: Auf dem Weg zum Imagewandel

„Wir wollen zeigen, dass wir uns bewegen. Denn bei manchem, der einen Job sucht, gibt es Vorbehalte gegen KiK als Arbeitgeber“, sagt Geschäftsführer Michael Arretz. Zwar hat die Kritik zuletzt abgenommen. Selbst die Gewerkschaft Verdi, die lange Zeit Missstände bei dem Billig-Anbieter angeprangert hatte, findet neuerdings lobende Worte. Etwa dafür, dass KiK als erstes

M4: Verbraucherverhalten kann Unternehmen zum Umdenken zwingen

WERDEN SIE AKTIV! NUTZEN SIE IHRE MACHT ALS KUNDIN!

Viele KonsumentInnen setzen sich zusammen mit der **Kampagne für Saubere Kleidung für saubere Arbeitsbedingungen** ein. Ermöglichen auch Sie den ArbeiterInnen in der Zulieferkette von KiK und den Filialen hier ein Arbeiten in Würde:

- ▶ Schreiben Sie Protest-E-Mails an KiK!
- ▶ Beteiligen Sie sich an unseren Eilaktionen!
- ▶ Fordern Sie vom Staat verbindliche Offenlegungspflichten für Unternehmen!
- ▶ Organisieren Sie eine Informationsveranstaltung zum Thema! Die Kampagne stellt hierfür gerne ReferentInnen zur Verfügung.
- ▶ Machen Sie mit beim Schönfärben unter www.schoenfaerben-jetzt.de
- ▶ Unterstützen Sie uns auf Facebook!

(Quelle: <http://www.saubere-kleidung.de/index.php/aktionsmaterial/119-kik-adbust>, 2012)

Unternehmen in der Branche mit einem Mindestlohn vorgeprescht ist. 7,50 Euro je Stunde beträgt das Basisentgelt bei dem Textilfilialisten. (...) Er räumt aber auch ein, dass das Schmuttel-Image, das KiK lange Zeit anhaftete, noch nachwirkt. 10 „Ein Imagewandel benötigt drei bis fünf Jahre. Aber ein Anfang ist gemacht. Wir haben manchen Missstand beseitigt und wollen künftig transparent sein“, kündigte Arretz an. (...) Die vielfältige öffentliche Kritik ist bei KiK nicht ohne Folgen für die Geschäftsentwicklung geblieben. „Zwar haben unsere Stamm- 15 kunden weiter bei uns eingekauft. Aber es war schwierig, neue Zielgruppen anzusprechen“, räumt der Geschäftsführer ein.“

(Quelle: www.sueddeutsche.de/wirtschaft/textildiscounter-kik-weg-vom-schmuddel-image-1.1145472, 2011)

M5: Was hat sich wirklich bei KiK getan

...„Das Sündenregister der Discounter ist skandalös“, kritisiert Co-Autorin Sandra Dusch Silva von der Christlichen Initiative Romero, der Trägerorganisation des CCC, daher auch weiterhin. Die bislang eingeleiteten Schritte hätten nicht zu einer wirklichen Verbesserung der Bedingungen für die Näherinnen geführt. „Aldi, Lidl und KiK hängen sich ein Sozialmäntelchen 5 um.“ Aldi reagierte bislang nicht auf Anfragen, KiK und Lidl wiesen die Vorwürfe zurück. ‚Wir nehmen die Sachverhalte sehr ernst‘, sagte eine Lidl-Sprecherin. ‚Die Lebens- und Arbeitsbedingungen in Schwellen- und Entwicklungsländern sind jedoch nicht mit europäischen Maßstäben vergleichbar.‘ 10 Lidl lehne grundsätzlich jede Form von Kinderarbeit oder Menschen- und Arbeitsrechtsverletzungen in den Produktionsstätten ab, in denen seine Waren hergestellt werden. Eine KiK-Sprecherin teilte mit, das Unternehmen weise den Vorwurf zurück, seiner Sorgfaltspflicht in der Lieferkette nicht nachzu- 15 kommen. Zudem bemühe sich KiK, die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften durch die Lieferanten sicherzustellen.“

(Quelle: www.spiegel.de/wirtschaft/service/0,1518,808288,00.html, 2012)

Aufgaben

1. **Schauen** Sie sich die Panorama-Sendung im Internet an unter: <http://www.ndr.de> > Fernsehen > Sendungen A bis Z > Panorama – Die Reporter > Alle Sendungen > Die Kik-Story
2. **Beschreiben** Sie die Reaktionskette, die nach Ausstrahlung der KiK-Story eingesetzt hat. Auf welchen Ebenen hat sie stattgefunden? (M1, M2, M3, M4). **Recherchieren** Sie dazu im Internet auch die Leserkommentare, die im Anschluss an die Artikel des Focus und der ZEIT (M1 und M2) geschrieben wurden.
3. **Analysieren** Sie die journalistischen Methoden, die die Glaubwürdigkeit des NDR-Beitrages untermauern und **stellen** Sie an ausgewählten Beispielen **dar**, welche Reaktionen die Sendung bei Ihnen als Verbraucher ausgelöst hat (M1, M2, M3, M4).
4. **Diskutieren** Sie, welche Maßnahmen langfristig ergriffen werden müssen, damit Unternehmen nicht nur kurzfristig ihr angeschlagenes Image aufpolieren (M4, M5). **Begründen** Sie Ihre Ideen.