



Hamburg, 21. April 2010

Lidl muss Werbung zurückziehen

Klage wegen Verbrauchertäuschung hat Erfolg

Die am 6. April eingereichte Klage der Verbraucherzentrale Hamburg gegen Lidl wegen unlauteren Wettbewerbs führte schnell zum Erfolg. Lidl verpflichtete sich jetzt in einer Unterlassungserklärung gegenüber der Verbraucherzentrale, das beanstandete Werbeversprechen mit Bezug auf weltweit faire Arbeitsbedingungen zurückzuziehen.

Die Klage wurde von der Kampagne für Saubere Kleidung (CCC) und dem European Center for Constitutional and Human Rights (ECCHR) unterstützt. Das Bündnis wirft Lidl vor, sich nicht an das in der Werbung gegebene Versprechen fairer Arbeitsbedingungen bei Textilizulieferern in Bangladesch zu halten.

Lidl darf jetzt nicht mehr in Werbeprospekten behaupten: *„Wir handeln fair! Jedes Produkt hat eine Geschichte. Uns ist wichtig, wer sie schreibt. Lidl setzt sich weltweit für faire Arbeitsbedingungen ein. Wir bei Lidl vergeben deshalb unsere Non-Food-Aufträge nur an ausgewählte Lieferanten und Produzenten, die bereit sind und nachweisen können, soziale Verantwortung aktiv zu übernehmen. Wir lehnen grundsätzlich jegliche Form von Kinderarbeit oder Menschen- und Arbeitsrechtsverletzungen in den Produktionsstätten unserer Waren ab. Wir sichern diese Standards nachhaltig“*. Zudem darf Lidl in Werbeprospekten nicht mehr auf die Mitgliedschaft in der Business Social Compliance Initiative (BSCI) hinweisen. Diese europäische Unternehmensinitiative setzt sich für Sozialstandards als Ziel ein, macht sie aber nicht verpflichtend für ihre Mitglieder und ihre Lieferanten.

Die Klage hatte auf eine Untersuchung der CCC und des ECCHR Bezug genommen. Die befragten Näherinnen mehrerer Zulieferbetriebe Lidls in Bangladesch berichteten von unmenschlichen Arbeitsbedingungen: Überlange Arbeitszeiten, Lohnabzüge als Strafmaßnahmen, mangelnde und intransparente Vergütung von Überstunden, Verhinderung von Gewerkschaftsarbeit und Diskriminierung von weiblichen Beschäftigten. Die beschriebenen Verhältnisse verstoßen gegen die ILO-Konventionen, den BSCI-Verhaltenskodex und gegen die Selbstverpflichtung Lidls.

„Lidl muss die Werbung zurückziehen. Dieser Erfolg zeigt: Das Wettbewerbsrecht kann auch bei irreführender Werbung mit Sozialstandards ein wirksames Mittel sein. Doch damit geht es noch keiner Näherin in Bangla-

desch besser“, sagt Günter Hörmann, Geschäftsführer der Verbraucherzentrale Hamburg.

„Der Fall Lidl beweist: Es ist riskant für Unternehmen, sich ein Sozialmännchen umzuhängen. Damit künftig die Konzerne nicht nur in ihrer Werbung geschickter werden, fordern wir die Bundesregierung auf, Unternehmen zu verpflichten, Sozialstandards in der Lieferkette einzuhalten. Freiwilligkeit hat bisher nicht zum Erfolg geführt“, sagt Gisela Burckhardt von der Kampagne für Saubere Kleidung (CCC).

„Wir meinen: Lidl ist auch rechtlich verpflichtet, für die versprochenen fairen Arbeitsbedingungen zu sorgen. Es bleibt unhaltbar, dass die von unwürdigen Arbeitsbedingungen betroffenen Arbeiterinnen in den Zulieferbetrieben deutscher Unternehmen diese weltweit agierenden Unternehmen nicht in Deutschland verklagen können“, kritisiert Miriam Saage-Maaß (ECCHR).

Lidl hat seinen Kritikern Gespräche angeboten. Verbraucherzentrale, CCC und ECCHR werden das Gesprächsangebot annehmen.