

Dumm gelaufen: Lidl muss Werbung zurückziehen

Nach einer Klage der Verbraucherzentrale Hamburg muss der deutsche Discounter Lidl eine irreführende Werbung mit angeblich fairen Arbeitsbedingungen einstellen. Wesentlichen Anteil an der Aufdeckung dieser Machenschaften hatten die Organisationen „Saubere Kleidung“ und das European Center for Constitutional Human Rights (ECCHR).

In einem Januar-Prospekt behauptete Lidl, sich „weltweit für faire Arbeitsbedingungen“ einzusetzen und „Non-Food-Aufträge nur an ausgewählte Lieferanten und Produzenten“ zu vergeben, „die bereit sind und nachweisen können, soziale Verantwortung aktiv zu übernehmen“. Darüber hinaus verweist Lidl unter anderem auf seine Mitgliedschaft in der Business Compliance Initiative (BSCI). Dabei handelt es sich um eine „unternehmensfreundliche“ Initiative, dessen Kodex Angaben zu Arbeitszeit, Löhne und Gewerkschaftsfreiheit enthält. Aber nach Angaben von Experten gibt es keine Verpflichtung zur Einhaltung von sozialen Standards und es gibt auch keine unabhängige Kontrolle.

Die Kampagne „Saubere Kleidung“ und das ECCHR gingen diesen Behauptungen der Werbe-Kampagne von Lidl nach. Bei ihren Recherchen in Bangladesh entdeckten sie in vier für Lidl tätigen Textilfabriken unmenschliche Arbeitsbedingungen. Beide NGO's haben die Klage unterstützt.

„Unsere Untersuchungen haben nicht nur das soziale Greenwashing von Lidl aufgezeigt, sondern vor allem auch, dass freiwilliges Engagement wie den BSCI-Kodex von großen Konzernen grundsätzlich zu hinterfragen ist“, sagt Khorsehd Alam, einer der wichtigsten Mitarbeiter des Dossiers „Lidl in Bangladesh“.

Die Verbraucherschutzzentrale VoG unterstützt die Aktion "Saubere Kleidung" auch in der Deutschsprachigen Gemeinschaft.