



HAUSARBEIT

im Rahmen der Lehrveranstaltung ‚Strategy and Sustainability‘ des Studienganges
Sozialökonomie

von

Inga Thiesen

inga_thiesen@hotmail.de

Matrikelnummer: 6960492

Thema: Veränderungen in der Textilindustrie von Bangladesch, analysiert anhand
der Stakeholder- und Shareholder Value Theorien

Eingereicht im Wintersemester 2018/2019 am:

05. Januar 2019

an der Professur für Kapitalmärkte und Unternehmensführung

Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

PROFESSOR:

Josua Oll

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-----------|
| 1. Einleitung | 3 |
| 2. Das Land Bangladesch | 4 |
| 3. Stakeholder und Shareholder Theorie | 5 |
| 3.1 Stakeholder Theorie | 5 |
| 3.1.2 Wer sind hier Stakeholder? | 6 |
| 3.2. Shareholder Theorie | 9 |
| 4. Veränderungen | 10 |
| 4.1 Generelle Veränderungen | 10 |
| 4.2 Wirtschaftliche Veränderungen | 12 |
| 5. Veränderungen auf die Theorien angewandt | 13 |
| 6. Konklusion | 14 |
| Literaturverzeichnis | 16 |

1. Einleitung

Der Einsturz einer Fabrik in Bangladesch und mehrere Studien, die aufzeigen, dass es Verbindungen zwischen Lungenkrebs und dem Arbeiten in der Textilindustrie gibt, haben in den letzten Jahren zu einem genaueren Hinschauen auf die Textilbranche geführt. (Paci, Buiatti, & Geddes, 1983)

Die heutigen Unternehmen sind auf der ganzen Welt mit Interessen in vielen Nationalstaaten und Lieferketten rund um den Planeten vertreten. Diese Unternehmen haben teilweise Umsätze, die kleinen unabhängigen Ländern gleichwertig sind. So hatte Walmart, das nach Marktkapitalisierung im Jahr 2003 weltweit größte Unternehmen, einen Umsatz, der 2002 über dem Bruttoinlandsprodukt von Türkei, Dänemark, Südafrika und vielen anderen kleinen Ländern lag. (Welford & Young, 2002) Infolge dieser gewaltigen Zunahme des Umfangs und des Einflusses globaler Unternehmen wurde den Verbrauchern noch nie eine solche Produktpalette angeboten, die aus so vielen fernen Ländern stammt, und das Profitabilitätswachstum vieler Unternehmen wird nun zunehmend von Chancen getrieben, billigere Rohstoffe und Arbeitskräfte auf dem Weltmarkt zu finden. (Opal & Nicholls, 2004)

Lange Jahre waren Länder-Hopping, um die Produktionskosten und vor allem Löhne niedrig zu halten, wichtiger, als die Arbeitslosigkeit der zurückgelassenen Arbeiterinnen und die schlechten Bedingungen, wie die Bezahlung weit unter dem Mindestlohn, wie man ihn in der westlichen Welt kennt. Jede Woche sterben beispielsweise Näherinnen auf dem Weg zur Arbeit, da sie sich wegen der schlechten Bezahlung keine sicheren Transportmöglichkeiten leisten können. (Höfler & von Dittfurth, 2018) und (Xiao, Norris, Lenzen, Norris, & Murray, 2017)

Der unaufhaltsame Vormarsch der Globalisierung hat zwar zu Vorteilen, jedoch auch zu Problemen geführt. In Verbindung mit dem Rückzug der Regierung in vielen Ländern von traditionellen sozialstaatlichen Agenden hat die wachsende wirtschaftliche Kraft multinationaler Unternehmen sowohl Verlierer als auch Gewinner hervorgebracht. Verlierer sind in diesem Fall die Arbeiterinnen, die sich nicht selber vertreten konnten, weil sie auf den Job angewiesen sind. (Borghesi & Vercelli, 2003)

Basierend auf diesem Wissen ist es von Interesse zu beobachten, ob sich die Bedingungen in den Entwicklungsländern, aus denen der Großteil der Textilwaren in Deutschland kommen, innerhalb der letzten Jahre verändert haben und wenn ja, warum. Hierbei bietet es sich an, sich auf Grundlage der Stakeholder Theorie die verschiedenen Beteiligten von Textilunternehmen genauer anzusehen und die Akteure der Industrie dahingehend zu analysieren.

Es soll also untersucht werden, ob und wenn ja, inwieweit sich innerhalb der letzten Jahre der Absatz an Fair Trade Produkten und damit einhergehend auch die Bedingungen innerhalb von Bangladesch verändert hat.

Fair Trade beschäftigt sich mit dem Grundgedanken, dass mehr Geld und Wohlstand zur armen Bevölkerung der Welt fließen soll und dieser Teil der Gesellschaft nachhaltig unterstützt wird. Durch das neue Verstehen vom Verkauf und Handel wird es den Organisationen, die nach Fair Trade Bedingungen produzieren, ermöglicht, in Situationen zu überleben, in denen sie es sonst nicht hätten. Fair Trade Preise werden unter Berücksichtigung der örtlichen wirtschaftlichen Bedingungen festgelegt, um den Arbeitern einen von ihrer Arbeit abhängigen Lohn zu ermöglichen. Die Arbeiterinnen sollen zusätzlich in der Lage sein etwas zurückzustellen, um etwas für Familienmitglieder und Verbesserung der Produktionsbedingungen übrig zu haben. (Opal & Nicholls, 2004)

2. Das Land Bangladesch

Mit einem BIP pro Kopf von etwa 1410 USD im Jahr 2016 gehört Bangladesch zu den ärmsten Ländern der Welt.

In Bangladeschs Industrie arbeiten 28,8% aller Erwerbstätigen. Zu der Industrie gehören Textilien, Jute, Leder und Keramik. In diesem Bereich arbeiten 42% der Frauen, die in Bangladesch erwerbstätig sind.

Ein großer Teil der Wirtschaft ist mit der globalen Wirtschaft durch Exporte, Importe und Rohstoffmärkte verbunden: der Grad der Offenheit der Wirtschaft lag zum Zeitpunkt 2002 bei 40%. (Bhattacharya, Rahman, & Raihan, Contribution of the RMG Sector to the Bangladesh Economy, 2002)

Im Geschäftsjahr 2002 hat Bangladesch Textilprodukte im Wert von 4,5 Milliarden US-Dollar exportiert. Ihr Anteil an den gesamten US-Importen von Bekleidungsstücken betrug 3,2%; zum Vergleich: Kanada exportierte nur 3,0% in die USA. Bangladesch ist in diesen Ländern als kleines Land mit starker Präsenz bekannt.

Auch die 1,6 Millionen Beschäftigten in der Industrie haben eine große Nachfrage nach Konsumgütern erzeugt. Eine regelmäßige Einnahmequelle erhöht die grundlegenden Konsumbedürfnisse und somit verlangen die Menschen nach grundlegenden Bedürfnissen, wie bessere Nahrung oder bessere Gesundheitsfürsorge. Auch hat der Sektor eine steigende Nachfrage nach kostengünstigen Rohstoffen, Kosmetikartikeln und Kleidern geschaffen. Um dieser Nachfrage gerecht zu werden, wurde eine ganze Industrie und Beschäftigungsmöglichkeiten für Hunderttausende Menschen gebildet. (Bhattacharya, Rahman, & Raihan, Contribution of the RMG Sector to the Bangladesh Economy, 2002)

3. Stakeholder und Shareholder Theorie

Sowohl die Shareholder- als auch die Stakeholder-Theorien sind normative Theorien der Corporate Social Responsibility der Unternehmen. Unternehmen des CSR gehen noch über die gesetzlichen Vorschriften für die Nachhaltigkeit hinaus und setzen sich freiwillig für Umweltbelange ein. (Bassen, Jastram, & Meyer, 2005) Im weiteren Sinne können sie auch als normative Theorien der Geschäftsethik angesehen werden, da Führungskräfte und Manager eines Unternehmens Entscheidungen nach der "richtigen" Theorie treffen sollten. (Smith, 2003)

3.1 Stakeholder Theorie

Laut Freemann, der maßgeblich an der Theorie gearbeitet hat, besagt die Stakeholder Theorie, dass jedes Unternehmen, um erfolgreich und langfristig nachhaltig zu sein, einen Mehrwert für alle mit dem Unternehmen verbundenen Kunden, Lieferanten, Mitarbeiter, Gemeinschaften, Finanziern (Aktionäre, Banken etc.) und weitere Stakeholder schaffen muss, da alle Rücksicht auf die Entscheidungsfindung im Management verdienen würden. (Phillips, 1997) Die

ethischen Rechte eines Stakeholders sollen nicht verletzt werden und die legitimen Interessen der Stakeholder sollen bei der Entscheidungsfindung ausgeglichen werden. (Smith, 2003)

Man könne also keinen dieser Akteure isoliert betrachten; die Aufgabe des Managers und einer Firma ist hier, mit den Interessen dieser Akteuren in die gleiche Richtung zu gehen. (Freeman, What is Stakeholder Theory?, 2009)

Die Stakeholder Theorie soll Managern die Möglichkeit geben, bei der Durchführung des strategischen Managements auch nach außen zu schauen. So würde den ihnen geholfen werden die Welt so zu sehen, wie sie heute ist, nicht wie sie vor 30 Jahren war. (Freeman, Strategic Management: A stakeholder approach, 1984)

Freeman behauptet, dass ein Unternehmen nur nachhaltig funktionieren und Erfolg haben kann, wenn die Mitarbeiter jeden Tag mitgestalten und dabei sein wollen, ihre Energie und Kreativität zur Verbesserung des Unternehmens einsetzen. Außerdem müsse ein Unternehmen die Gepflogenheiten und Gesetze beachten – wenn es dies nicht tut und sich nicht mit Fragen der unternehmerischen Verantwortung der Nachhaltigkeit befasst und deren Auswirkungen auf die Zivilgesellschaft, würde das Geschäft bald reguliert werden und abnehmen. (Freeman, What is Stakeholder Theory?, 2009)

Freeman selbst (1984) definiert die Stakeholder folgendermaßen:

„A stakeholder in an organisation (by definition) any group or individual who can affect or is affected by the achievement of the organisation’s objectives“ (S. 46).

3.1.2 Wer sind hier Stakeholder?

Bei der Anwendung der Stakeholder-Theorie ist es eine der ersten Aufgaben des Stakeholders, sich nach seiner Art der Beteiligung zu identifizieren und zu gruppieren. So kann innerhalb des Unternehmens herausgefunden werden, kann das Unternehmen seine Entscheidungsträgerinnen – und träger herausfinden, welche Rollen einen entscheidenden Einfluss haben, und welche Einflüsse am wichtigsten sind. (Barter, 2012)

Auch wenn nicht eindeutig geklärt ist, welche Interessengruppen Beachtung verdienen, bezieht sich eine weithin akzeptierte Interpretation auf Aktionäre, Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten und die lokale Gemeinschaft. (Smith, 2003)

Nennenswerte Stakeholder in dem Beispiel der Textilindustrie in Bangladesch sind zunächst in interne und externe Stakeholder zu unterteilen:

Als Geschäftsführer des Betriebs ist der CEO hier als wichtige interne Instanz zu nennen, der die Strategie und somit die Theorie festlegen kann, nach der die Firma handelt, wie sie sich entwickelt und auf welche Gruppen sie sich besonders fokussiert.

Eine weitere wichtige Gruppe sind die Arbeiterinnen in den Fabriken. Diese werden oft durch Initiativen und Gewerkschaften, lokal, aber auch international, vertreten, welche somit auch mittel- und unmittelbar in Kontakt mit der Firma stehen und somit Stakeholder sind.

Externe Stakeholder sind Aktionäre, die an der Firma Geld verdienen, ihr Geld zuführen und deren Hauptinteresse an der Firma darin besteht, den Gewinn zu maximieren.

Besonders am Beispiel des Textilsektors hervorzuheben, ist die Verbundenheit mit dem Finanzsektor. Im Geschäftsjahr 2002 verdiente der Bankensektor aus dem Geschäft mit dem Textilsektor rund 37 Millionen US-Dollar in Form von Zinsen und Gebühren. Mehr als ein Zehntel des Vermögensportfolios der Geschäftsbanken gehört dem Textilsektor des Landes an.

Auch der Staat hat einen Einfluss auf das Unternehmen, indem er die Gesetze erlässt, Vorschriften macht, welche Sicherheitsstandards es geben muss und gegebenenfalls einige Unternehmen auch subventioniert. Außerdem ist der Staat insofern ein Stakeholder, als dass er Steuern einzieht. Im Jahr 2002 hat der Textilsektor 2,4 Millionen US-Dollar Steuern an den Staat/Regierung gezahlt. (Bhattacharya, Rahman, & Raihan, Contribution of the RMG Sector to the Bangladesh Economy, 2002)

Zudem sind auch die Kunden, oder im Falle von großen Textilfabriken, zunächst die Großkunden eine wichtige Instanz. In Wechselwirkungen kann der Preis für Textilwaren festgelegt werden. Außerdem könnten die Großkunden auch Forderungen stellen; sollte die Textilfabrik auf einen Großkunden angewiesen sein, könnte er auch eine Entscheidungsmacht innerhalb des Unternehmens haben. Beispielsweise könnte er nur noch Fair Trade Ware kaufen wollen – würde die Firma dies noch nicht umsetzen, könnte ein einflussreicher Großkunde dies innerhalb der Firma ändern können, wohingegen ein nicht einflussreicher Großkunde nicht so bedeutend und substituierbarer für das Unternehmen wäre. So sagt Dakota-Manager Herman Leung, dass er mit den höheren Löhnen für seine Arbeiterinnen kein Problem habe, da die Kosten jedes einzelnen T-Shirts auch steigen würden – genau wie bei der Konkurrenz und somit niemand einen Wettbewerbsvorteil habe. (Höfler & von Ditfurth, 2018)

Die Großkunden geben die Ware meist weiter an den Einzelhandel und dieser wiederum zum Endkunden. Somit ist in dieser Kette auch der Endkunde ein wichtiger Stakeholder. Er entscheidet, wieviel Ware abgesetzt wird – wofür er sich entscheidet.

Auch die Lieferanten bzw. Hersteller können entweder die Kosten absorbieren und dadurch die Margen senken, die Kosten durch Produktivitätssteigerung senken, die Vorlaufzeit verkürzen und möglicherweise in Länder mit niedrigeren Kosten verlagern, oder die Kosten in der Lieferkette an den Textilsektor weitergeben. (Kyvik Nordås, 2004)

Besonders im Kontext der Nachhaltigkeit ist auch die Natur als Möglichkeit eines Stakeholders in Betracht zu ziehen, obwohl es Diskussionen darüber gibt, ob dies Berechtigung hat.

Die natürliche Umwelt als Stakeholder ermöglicht es Organisationen, Umweltprobleme zu berücksichtigen und somit zu lindern. (Bazin & Ballet, 2004), (Buchholz, 2004) und (Starik, 1995)

Das Wesentliche der Argumente ist das unausweichliche Zusammenwirken von Mensch und Natur in einem einzigen materiell geschlossenen System - der Erde. (Barter, 2012)

Nachdem diese Schwierigkeiten in Bezug auf die Stakeholder-Theorie skizziert worden waren, wurden die Argumente für und gegen die Einbeziehung der

natürlichen Umwelt als Stakeholder diskutiert. Hier einigte man sich dahingehend, dass Mensch und Umwelt nicht voneinander getrennt beachtet werden können. (Barter, 2012) Die Diskussion um die Einbeziehung der Natur als Stakeholder hat gezeigt, dass die grundlegende Logik für die Einbeziehung der natürlichen Umwelt die Annahme eines neuen Paradigmas durch den Menschen ist, eines weniger anthropozentrischen und umweltorientierteren Paradigmas. Darauf aufbauend wurde das Konzept der nachhaltigen Entwicklung eingeführt und damit die Vorstellung, dass nachhaltige Entwicklung eine Erzählung für die gesamte Menschheit ist, die Mensch und Umwelt nicht als getrennt betrachtet. (Barter, 2012)

3.2. Shareholder Theorie

Im Gegensatz zur Stakeholder Theorie ist laut dem Mitbegründer der Shareholder Theorie Milton Friedmann die einzige soziale Verantwortung, die ein Unternehmen hat, ihre Ressourcen zu nutzen und sich an Aktivitäten zu beteiligen, die darauf abzielen Gewinne zu maximieren, solange sie offen und frei ohne Betrug im Wettbewerb stehen. Der grundlegende Unterschied zur Stakeholder Theorie besteht darin, dass in der Stakeholder Theorie die Interessen aller Stakeholder berücksichtigt werden, selbst wenn dies die Rentabilität des Unternehmens verringert. Bei der Shareholder Theorie wird nur der Stakeholder „Aktionäre“ in den Mittelpunkt gestellt. (Smith, 2003)

Somit läge in Bangladesch das Augenmerk nur auf der Gewinnmaximierung des Textilsektors, ungeachtet der Arbeitsbedingungen.

4. Veränderungen

4.1 Generelle Veränderungen

Große Tragödien wie der Brand der Rana Plaza-Bekleidungsfabrik im Jahr 2013 haben die Aufmerksamkeit der Bekleidungsindustrie auf die Öffentlichkeit gelenkt. Auf die internationalen Marken, die hier produzieren ließen, wurde in der Presse genauer geguckt.

Drei Jahre später haben zwei Multi-Stakeholder-Gruppen, das Bangladesch-Abkommen über Brand- und Gebäudesicherheit und das Bündnis für die Sicherheit der Arbeiter in Bangladesch, Bauinspektionen veranlasst und die Schaffung von Arbeitsaufsichtsposten geschaffen. Globale Marken haben Löhne erhöht, Gebäude inspiziert und ihre Lieferketten transparent gemacht. (Zimmer, 2016)

Es wurde vorgeschlagen, einen neuen Vertragsrahmen auszuhandeln, der die Hersteller insofern dazu ermutigt, Maßnahmen zu ergreifen, da ansonsten eine industrielle Katastrophe die Beziehung zu dem globalen Einzelhändler auflösen und die damit verbundenen Gewinne beenden wird. (Hideki, Protecting against disaster with contracts, 2012)

Diese theoretische Studie legt den optimalen Vertrag fest, der die Hersteller anregt etwas zu ändern und das Auftreten von Bränden in der Bekleidungsindustrie reduziert. (Hideki, Preventing Factory Fires through Contracts: Case study of Garment Factories in Bangladesh, 2015).

Wäre jedoch von Beginn an nach dem Stakeholder– Ansatz gearbeitet worden, wären die Komplikationen eventuell gar nicht aufgetreten, da schon auf gute Arbeitsbedingungen geachtet worden wäre, wofür auch Notausgänge und Aufklärung für Gefahrensituationen unter den Arbeiterinnen gehört.

Des Weiteren gibt es seit 1983 die Bangladesh Garment Manufactures and Exporters Association (BGMEA), eine Handelsvereinigung von über 3000 Bekleidungsfabrikbesitzern in Bangladesch, welche im Rahmen ihrer Sozialprogramme eine Reihe von Projekten durchgeführt, um einen besseren Arbeitsschutz und die Durchsetzung von Arbeitsrechten gemäß den lokalen Gesetzen und den ILO-Konventionsrichtlinien sicherzustellen. (BGMEA, 2011)

Seit 1998 führt BGMEA mit technischer Hilfe des Bevölkerungsfonds der Vereinten Nationen (UNFPA) und der Regierung von Bangladesch ein Projekt mit dem Titel "Aufklärungsdienste für Familienfürsorge und reproduktive Gesundheit für Bekleidungsarbeiter" in Dhaka durch.

Weiterhin wurden von BGMEA Arbeitsplatzsicherheitsprogramme für Arbeitnehmerinnen durchgesetzt. Mitglieder wurden bei der Einhaltung der von der Regierung festgelegten Sicherheitsregeln Schulungs- und Sensibilisierungsprogramme für die Arbeitnehmer und das Managementpersonal unterstützt. Der Verband überwacht regelmäßig die ordnungsgemäße Umsetzung der Sicherheitsbestimmungen durch die einzelnen Mitgliedsfabriken. 194 Mitarbeitern aus 794 Fabriken aus Dhaka und Chittagong wurden Schulungen zum Thema Brandschutz und Sicherheit angeboten.

Die Wichtigkeit dieses Themas wurde auch am 24. November 2012 deutlich, als ein Feuer, welches in einer Textilfabrik ausbrach, das für Tazreen Fashion Ltd. in Ashulia, Bangladesch Kleidungsstücke fertigte, 112 Personen tötete. (Hideki, Preventing Factory Fires through Contracts: Case study of Garment Factories in Bangladesh, 2015)

Dies ist offensichtlich auf Seiten der Arbeiterinnen eine große Gefahr, gegen die sie selbst, ohne Vertreter, nicht viel tun können, da sie auf ihre Arbeit angewiesen sind. Ein Lösungsansatz hierfür könnten sogenannte „Fire Contracts“ sein, welche schon von einigen Vertretern versucht werden, umzusetzen: In diesen sind bestimmte Sicherheitsmaßnahmen der Firmen für die Sicherheit der Arbeiterinnen geregelt. Die Möglichkeit dieser „Fire Contracts“ sind von mehreren Artikeln analysiert worden, und man ist zu dem Schluss gekommen, dass, wenn die Einführung von Notfallplänen für Feuer extrem kostspielig für die Fabriken ist, sie entweder instinktiv abgeneigt, einen entsprechenden Vertrag zu unterzeichnen, oder befürchten, dass dies der Fall sein könnte. Für Fabriken, die den Vertrag unterschreiben, gebe es triftige Gründe, Brandschutzpläne zu implementieren. (Hideki, Protecting against disaster with contracts, 2012)

Eine neue Instanz trat hinter die Näherinnen. 2015 gründete die Gewerkschafterin Jenny Holdcroft die Organisation ACT – Action, Collaboration, Transformation. Die

Organisation versucht, die Arbeitsbedingungen von Millionen Textilarbeiterinnen zu verbessern. Hierfür werden große Modekonzerne wie beispielsweise Asos, H&M, Primark und Esprit konsultiert, die bis jetzt für Fast-Fashion und günstig produzierte Kleidung bekannt waren.

Höhere Löhne sollen ausgehandelt werden, zudem sollen Mitarbeiter in den Fabriken in die Abläufe der Betriebe eingebunden werden.

Zunächst soll dieses Konzept in Kambodscha getestet werden, danach sollen aber auch Bangladesch, Myanmar und viele weitere Länger folgen. Dies könnte langfristig enorme Auswirkungen auf die Textilindustrie haben, und somit auch auf das Leben der Arbeiterinnen in Asiens Textilindustrie. (Business & Human Rights Resource Center, 2018)

4.2 Wirtschaftliche Veränderungen

Im Jahre 2004 sagte der Verfasser der Welthandelsorganisation (WTO), Verbraucher würden einen geringeren Teil ihres Einkommens für Kleidung als früher ausgeben, obwohl die Verbraucher häufiger einkaufen und eine größere Anzahl von Kleidungsstücken kaufen als zuvor. Die Antwort der Hersteller auf die Herausforderung eines langsamen Wachstums der Gesamtnachfrage besteht darin, die Liebe der Verbraucher zur Vielfalt zu fördern und neue Moden sowie eine Vielzahl von Größen, Farben, Designs usw. in einem häufigen Maße anzubieten. (Kyvik Nordås, 2004). So sagte auch Yuval Noah Harari in „Eine kurze Geschichte der Menschheit“, dass Menschen sich heutzutage oft nur die Option auf ein Kleidungsstück/Konsumgut kaufen, und gar nicht das Kleidungsstück an sich. (Harari, 2014)

Zwar gab es auch einen Einbruch im Jahre 2016 in welchem der Absatz von fair gehandelten Textilien in Deutschland um 7% sank, (Handelsdaten.de, 2017) jedoch zeigt auch eine Studie von Statista, dass der Absatz von Fair Trade Produkten in Deutschland zwischen 2008 und 2017 deutlich gestiegen ist. (Statista, 2019) Dies ist zwar eine Studie, die nicht nur Kleidung betrachtet, jedoch ist schon hierbei zu sehen, inwiefern sich in Deutschland die Mentalität und Kaufkraft veränderte. Eine weitere Studie von Statista zeigt, dass mit Fair Trade Textilien Textilien in Deutschland in den Jahren 2011 bis 2017 erzielt werden konnte. Es konnte allein im Jahr 2017 ein Wachstum von 66% im Vergleich zum Vorjahr aufzeigen. Im Jahr 2017

wurden in Deutschland schätzungsweise rund 129 Millionen Euro mit Fair Trade-Textilien Erlöst. (Statista, 2019)

Carol Wills (2004) von „The International Federation of Alternative Trade“ sagte im Interview, dass es in der ganzen Welt immer mehr Organisationen geben würde, die sich als Fair Trade Organisationen identifizieren und in diese Richtung arbeiten. Zudem sagt sie, dass es ein Interesse an diesem Handel gebe, der bewusst das Leben von Randgruppen verändern will. (Opal & Nicholls, 2004)

5. Veränderungen auf die Theorien angewandt

Basierend auf den ausgeführten Maßnahmen in den letzten Jahren ist zu beachten, dass sich viele Initiativen gegründet haben, die nicht nur zum Wohle der Firma, sondern besonders zum Wohle der lokalen Gemeinschaft und der Arbeiterinnen arbeiten.

Durch die größere mediale Reichweite und Globalisierung realisieren die Käufer aus den privilegierten Ländern, unter welchen fragwürdigen Bedingungen die gewünschten Konsumgüter produziert werden. Am zunehmenden Absatz von Fair Trade Produkten kann man ablesen, dass die Konsumenten ihr Verhalten ändern. Zwar kaufen sie nicht weniger Produkte, dafür aber bewusster; die Vermutung, dass das eigene schlechte Gewissen beruhigt werden soll, liegt nah.

Darauf bezogen könnte man annehmen, dass ein reiner Shareholder Value Ansatz nicht langfristig funktionieren würde. Da viele Endkunden in Deutschland keine schlechten Arbeitsbedingungen unterstützen möchten, wird größere Transparenz gefordert, welche durch mediale Präsenz in den Produktionsländern und Globalisierung leichter zu erreichen ist.

Jedoch ist auch zu beachten, dass genau dies auch der Ansporn für große Textilfirmen ist, etwas zu ändern, da ansonsten weniger Gewinn generiert werden kann. So sagte der Leiter eines großen Textilhandels in Kambodscha, Ken Loo (2018) im Interview mit dem „Stern“, dass er bei der Initiative ACT mitmache, da der Aufsichtsrat und Mitglieder seiner Organisation skeptisch werden würden.

Er behauptet, dass in nächster Zukunft die Industrie nach Afrika ziehen wird, da dort die Arbeitskräfte noch günstiger ist, ungeachtet der Arbeiterinnen, die arbeitslos zurückgelassen werden.

Es zeigt, dass er auf die Bedürfnisse und Wünsche der Groß- und Endkunden eingeht, mit dem Ziel, Gewinn für die Aktionäre zu erwirtschaften. Somit verfolgt dies primär der Gewinnmaximierung des Unternehmens, also Erreichen eines größeren Shareholder Values.

Jedoch sagt er auch, dass die jetzige Situation revolutionär wäre: Bisher gab es nur die Forderung, die Arbeiterinnen besser zu bezahlen, und die Preise trotzdem zu drücken – dieses mal sei es zum ersten mal anders. Es müssten allerdings alle Fabriken mitziehen, damit sich langfristig etwas verändert. Ansonsten sei er nicht optimistisch. (Höfler & von Ditfurth, 2018)

6. Konklusion

Einige Skandale beispielsweise bei Global Crossing und Enron sollten als Beweis für das Scheitern der Shareholder Theorie dienen - dass die Manager in erster Linie zur Maximierung der Erträge der Aktionäre verpflichtet sind - und den Sieg der Stakeholder-Theorie, wonach die Pflicht eines Managers darin besteht, die Interessen der Aktionäre auszugleichen; finanzielle Interessen gegen die Interessen anderer Stakeholder wie Mitarbeiter, Kunden und der lokalen Gemeinschaft, auch wenn dies die Erträge der Aktionäre mindert. (Smith, 2003)

Auf den bisherigen Analysen basierend kann man annehmen, dass durch die Veränderung der ethischen Grundhaltung in Deutschland in den letzten Jahren ein Umdenken stattgefunden hat, welches nun auch positive Auswirkungen auf Bangladeschs Bewohner und Arbeiterinnen haben kann.

Der Aspekt der Ethik und Nachhaltigkeit ist immer präsenter geworden, was deutlich an den Absatzzahlen der fair produzierten Waren gesehen werden kann. Außerdem sind durch die nahezu menschenunwürdigen Produktionsbedingungen, welche durch mehr Transparenz offener kommuniziert werden, der Gerechtigkeitssinn der Endkunden, aber auch Großkunden angesprochen worden.

Jedoch kann auch festgestellt werden, dass es vielen Menschen, besonders in der Wirtschaft, primär darum geht, ihr Gewissen zu beruhigen oder im Falle vieler der Textilfirmen, das Image dahingehend zu verbessern, dass die Endkunden mehr kaufen, damit das Unternehmen mehr Absatz generiert. Über diesen ethisch korrekteren Gedanken kann somit der Gewinn der Firma maximiert werden. Ob es allerdings schlecht ist, dass eine Firma, wenn auch nur durch öffentlichen Zwang, seine Strategie ändert, kann subjektiv unterschiedlich betrachtet werden. Es ist jedoch auf jeden Fall ein Einbeziehen von mehreren Akteuren zu beobachten, auch wenn es einem wirtschaftlichen Unternehmen um das Maximieren des Gewinnes geht.

Würde sich das Unternehmen ausschließlich auf das Maximieren von Gewinnen konzentrieren und Aspekte wie Natur, Ethik und Menschenrechte außer acht halten, so würde dies in Deutschland genauer beleuchtet, und die Methoden hinterfragt werden; so wie man es nun auch mit Gewerkschaften wie der ACT macht.

Langfristig gesehen ist also mit einem Anhalten dieses Kurses zu denken, wobei unklar bleibt, inwiefern sich die Masse des Konsums verändern wird, da hier auch ein Umdenken geschehen muss. (Ericson, Kjonstad, & Barstad, 2014) Ein Aspekt der nicht beleuchtet wurde, ist die Frage, ob, wenn in diesem Maße weiter konsumiert werden soll, irgendwann die Ressourcen nicht mehr ausreichen werden.

(Binswanger, 1998)

Literaturverzeichnis

- Barter, N. (12 2012). APWIPP s Asia Pacific Work In Progress research Papers series Issue 4 December 2011 Stakeholder theory: Pictures, the environment and sustainable development – do we have a good enough picture in our heads or do we need something different? *Asia Pacific Centre for Sustainable Enterprise*(vol 4), S. 1-14.
- Bassen, A., Jastram, S., & Meyer, K. (2005). Corporate Social Responsibility: eine Begriffserläuterung. *Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik*(vol 6 no 2), S. 231-236.
- Bazin, D., & Ballet, J. (2004). Corporate Social Responsibility: The Natural Environment as a Stakeholder. *International Journal of Sustainable Development*(vol 7 no 1), S. 59-75.
- BGMEA. (2011). *Bangladesh Garment Manufactures and Exporters Association (BGMEA)*. Abgerufen am 28. 12 2018 von <http://www.bgmea.com.bd/home/faq/faqs>
- Bhattacharya, D., Rahman, M., & Raihan, A. (10 2002). Contribution of the RMG Sector to the Bangladesh Economy. *Centre for Policy Dialogue*(vol 50), S. 15-17.
- Bhattacharya, D., Rahman, M., & Raihan, A. (10 2002). Contribution of the RMG Sector to the Bangladesh Economy. *Centre for Policy Dialogue*(vol 50), S. 7-12.
- Binswanger, H. (1998). Making Sustainability work. *Ecological Economics*(vol 37 no 1), S. 3-11.
- Borghesi, S., & Vercelli, A. (2003). Sustainable Globalisation. *Ecological Economics*(vol 44), S. 77-89.
- Buchholz, R. (2004). The Natural Environment: Does it count? *Academy of Management Executive*(vol 18 no 2), S. 130-133.
- Business & Human Rights Resource Center. (2018). *IndustriALL & garment brands from ACT (Action Collaboration, Transformation) initiative to adress living wages*. Abgerufen am 21. 12 2018 von <https://www.business-humanrights.org/en/industrial-garment-brands-form-act-action-collaboration-transformation-initiative-to-address-living-wages> abgerufen
- Ericson, T., Kjonstad, B., & Barstad, A. (2014). Mindfulness and Sustainability. *Ecological Economics*(vol 104), S. 73-79.
- Freeman, R. (1984). *Strategic Management: A stakeholder approach*. Indiana: Pitman.
- Freeman, R. (01. 10 2009). What is Stakeholder Theory? (I. f. Ethics, Interviewer)
- Höfler, N., & von Ditfurth, P. (25. 10 2018). Der Preis des Anstands. *Stern*, S. 26-36.
- Handelsdaten.de. (2017). *Handelsdaten.de*. Abgerufen am 28.. 12. 2018 von <https://www.handelsdaten.de/textilien-und-bekleidung/absatz-von-textilien-mit-fairtrade-siegel-deutschland-zeitreihe>

- Harari, Y. (2014). *A brief history of humankind*. Israel: Vintage.
- Hideki, S. (09 2012). Protecting against disaster with contracts. *International Journal of humanities and social science*(vol 2 no 14), S. 251-253.
- Hideki, S. (2015). Preventing Factory Fires through Contracts: Case study of Garment Factories in Bangladesh. *International Journal of Business and Social Research*(vol 5 no 4), S. 8-13.
- Kyvik Nordås, H. (2004). *The Global Textile and Clothing Industry post the Agreement on Textiles and Clothing*. Geneva: World Trade Organization Publications.
- Opal, C., & Nicholls, A. (2004). *Fair Trade - Market driven etical consumption*. London: SAGE Publications Ltd.
- Paci, E., Buiatti, E., & Geddes, M. (1983). A case-referent study of lung tumors in non-asbestos textile workers. *American Journal of Industrial Magazine*(vol 11 no 3), S. 267-273.
- Phillips, R. (vol 7 no 1 1997). A Stakeholder Theory and A Principle of Fairness. *Business Ethics Quarterly*, S. 51-66.
- Smith, H. J. (2003). The shareholders vs. stakeholders debate. *MIT Sloan Management Review*(vol 44, no 4), S. 85+.
- Starik, M. (1995). Should Trees have Managerial Standing? Toward Stakeholder Status for Non-Human Nature. *Journal of Business Ethics*(vol 14 no 3), S. 207-217.
- Statista. (2019). *Statista*. Abgerufen am 01.. 01. 2019 von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/171742/umfrage/absatz-von-textilien-mit-fairtrade-siegel-seit-2008/>
- Statista. (2019). *Statista*. Abgerufen am 01.. 01. 2019 von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/299493/umfrage/umsatz-mit-fairtrade-textilien-in-deutschland/>
- Welford, R., & Young, W. (2002). *Ethical Shopping*. Fusion Press.
- Xiao, Y., Norris, C., Lenzen, M., Norris, G., & Murray, J. (05 2017). How social footprints of nations can assist in achieving the sustainable deveopment goals. *Ecological Economics*(vol 135), S. 55-65.
- Zimmer, R. (12 2016). *Unternehmensverantwortung im "Bangladesh-Accord"*. Berlin: Friedrich Ebert Stiftung.