

ANLEITUNG

Crowd-Research: Löhne und Transparenz in der Bekleidungsindustrie

SIE WOLLEN MITRECHERCHIEREN? LESEN SIE IN DIESER ANLEITUNG, WIE DIE CROWD-RESEARCH GENAU FUNKTIONIERT UND WAS SIE BEI DER RECHERCHE UND DATENEINGABE BEACHTEN SOLLTEN.

WWW.PUBLICICEYE.CH/CROWDRESEARCH

A. Was bedeutet Crowd-Research?.....	1
B. Diese Informationen finden Sie in der Datenbank.....	2
C. Crowd-Research: So funktioniert's.....	2
Quellenangabe	2
Lesen Sie, was andere bereits recherchiert haben	2
Selbst recherchieren	3
Besser Googeln – mit Operatoren!.....	4
Nutzen Sie verschiedene Sprachen und Synonyme.....	4
Suchen Sie auch ausserhalb der Website!	4
Mutterkonzerne/Tochterunternehmen	4
Control F (Ctrl + F).....	4
D. Was passiert mit den Daten?.....	5

A. Was bedeutet Crowd-Research?

Wir untersuchen gemeinsam, welche Firmen sich für existenzsichernde Löhne engagieren. Ungleichheit und Ausbeutung sind in den globalen Lieferketten der Bekleidungsindustrie allgegenwärtig. Fragen nach den Produktionsbedingungen gehören deshalb auf den Tisch.

Welche Firmen veröffentlichen Angaben zu ihren Produktionsbetrieben und informieren über die dort gezahlten Löhne? Welche Firmen haben einen konkreten Aktionsplan für existenzsichernde Löhne?

Die Datenbank der Crowd-Research zeigt auf, wie transparent Bekleidungsfirmen in Bezug auf diese Fragen sind.

Das Besondere: die Informationen in dieser Datenbank werden von vielen Menschen zusammengetragen und auch Sie können sich beteiligen. Gemeinsam tragen wir zu mehr Transparenz in der Bekleidungsindustrie bei.

Die Crowd-Research dauert bis Ende November 2019.

B. Diese Informationen finden Sie in der Datenbank

- Sagt die Firma etwas über "Existenzlöhne" auf ihrer Webseite?
- Hat die Firma einen konkreten Aktionsplan oder eine Strategie für existenzsichernde Löhne in der Lieferkette?
- Veröffentlicht die Firma ihre Produktionsstätten und Zulieferbetriebe?
- Veröffentlicht die Firma Informationen zu den Löhnen, die den Arbeiterinnen und Arbeitern dort gezahlt werden?

Die Datenbank enthält Informationen zu grossen und kleinen Modefirmen aus verschiedenen Ländern. Weitere Firmen können im Verlauf der Recherche ergänzt werden.

Alle Angaben sind ohne Gewähr. Wir überprüfen die Eingaben zeitnah, können aber aufgrund der Offenheit der Recherche keine Garantie für die Eingaben übernehmen. Sollten Sie einen Fehler entdecken, melden Sie ihn über die Eingabemaske oder schreiben Sie an crowdresearch@publiceye.ch.

C. Crowd-Research: So funktioniert's

Sie wollen mitrecherchieren? So funktioniert's:

Sie kennen eine Firma, die noch nicht in unserer Datenbank enthalten ist? Oder wollen Sie Informationen zu anderen Firmen ergänzen oder korrigieren? Dann machen Sie mit bei der Crowd-Research! Dafür benötigen Sie etwas Zeit und Spürsinn, um die gesuchten Informationen auf den teils verschachtelten Webseiten der Unternehmen aufzustöbern.

Quellenangabe

Jede Information, die Sie eingeben, muss mit einer Quelle hinterlegt sein. Die Quelle muss öffentlich zugänglich sein, also nicht etwa ein internes Dokument einer Firma oder ein Text aus einer privaten E-Mail.

Lesen Sie, was andere bereits recherchiert haben

Suchen Sie die Firma, die Sie interessiert, am einfachsten über das Suchfeld links oben. Bei allen Quadraten ohne Fragezeichen hat jemand bereits recherchiert. Klicken Sie auf das Quadrat, um Details zu dieser Antwort zu lesen. Falls die Firma bei dieser Frage teilweise oder vollständig Informationen bereitstellt, finden Sie auch einen Link zur jeweiligen Quelle, so dass Sie sich selbst ein Bild machen können.

Falls Ihnen eine Antwort fehlerhaft erscheint, können Sie uns dies über den Button „Widerspruch melden“ mitteilen.

Falls Sie eine Bekleidungsfirma nicht in der Liste finden, prüfen Sie am einfachsten über die Firmenwebseite oder über Wikipedia, ob es sich eventuell nicht um eine eigenständige Firma, sondern nur um eine Handelsmarke handelt, die zu einem andern Unternehmen (Mutterkonzern) gehört und suchen Sie dann in der Crowd-Research nach dieser Firma. Sollten Sie immer noch nicht fündig werden, können sie über den Button links unten eine neue Firma hinzufügen, damit Sie oder jemand anderes die Antworten recherchieren kann.

Selbst recherchieren

Überall dort, wo Sie Quadrate mit Fragezeichen sehen, ist noch keine Antwort hinterlegt und Sie können selbst recherchieren und Informationen eingetragen. Einige Tipps:

1. **Nehmen Sie sich Zeit.** Wir empfehlen Ihnen, sich für ihre erste Recherche mindestens ein bis zwei Stunden einzuplanen. Denn nicht alle Informationen finden sich auf den ersten Blick und nur auf einer Webseite, und die Fragen sind teilweise komplex und erfordern ein wenig Einarbeitung.
2. Machen Sie sich mit den Recherchefragen vertraut. Lesen Sie, warum die Frage wichtig ist und wie die Antwortoptionen definiert sind.
3. Besuchen Sie die Webseiten der Firma. Einige haben nur eine, doch bei manchen grösseren Unternehmen sind die Informationen über mehrere Webseiten verstreut. Oft werden Sie zunächst in einem Online-Shop landen, die Informationen, die wir suchen finden sich meist eher auf der Unternehmenswebseite. Manchmal finden Sie auch auf den Online-Shop-Seiten Links zu Unternehmensinformationen (z.B. unter Menü-Punkten wie „über uns“ oder „corporate information“). Solche Menü-Punkte können sich auch ganz unten, in der Fusszeile der Webseite finden. Manchmal sind die Unternehmensseiten auch gar nicht auf den Shops verlinkt. Arbeiten Sie daher immer auch mit Suchmaschinen.
4. Weitere Suchtipps finden Sie am Ende dieser Anleitung.
5. Viele Firmen stellen Nachhaltigkeitsberichte oder Factsheets zur Produktion bereit, meist als separate PDF-Datei. Auch Jahresberichte (Geschäftsberichte) enthalten manchmal Kapitel mit Informationen zur Lieferkette.
6. Zur Inspiration kann es auch hilfreich sein, bei anderen Firmen, die bereits recherchiert wurden, die Antworten und vor allem die verlinkten Quellen anzuschauen. Wo haben andere die gesuchten Informationen gefunden? Hat die Firma, die Sie recherchieren wollen, vielleicht ähnliche Informationen?
7. Wenn Sie eine Information gefunden haben oder Sie nach gründlicher Suche zum Schluss kommen, dass die Firma nichts veröffentlicht hat, tragen Sie die Antwort über das Formular in die Crowd-Research-Datenbank ein. Kopieren Sie dabei auch den Link zur Quelle in das entsprechende Formularfeld.
8. Im Kommentarfeld können Sie optional weitere Hinweise eintragen, z.B. die Seitenzahl eines PDF-Dokuments, ein Zitat aus der Quelle, einen Link zu einer zusätzlichen Quelle oder einen sonstigen Hinweis.

Besser Googeln – mit Operatoren!

Wenn Sie ein Wort oder einen Ausdruck auf einer spezifischen Website suchen, hilft oft ein kleiner Trick mit der Suchmaschine Google. Schränken Sie die Google-Suche mit dem Operator „site“ auf die Webpage ein, auf der Sie suchen möchten. Das sieht dann ungefähr so aus: [site:gap.com „living wage“]. Wie Sie sehen, steht „living wage“ in Anführungszeichen. So bekommt man nur Resultate für den gesamten Ausdruck – ohne Anführungszeichen wären auch Resultate für die einzelnen Worte „living“ und „wage“ herausgekommen.

Nutzen Sie verschiedene Sprachen und Synonyme

Schauen Sie sich die Website des Unternehmens an, und finden Sie heraus, welches die Hauptsprache der Website ist. Nutzen Sie bei der Suche nach Nennungen zum Existenzlohn den Ausdruck in dieser Sprache (z. B. living wage statt Existenzlohn). Nutzen Sie aber auch ähnliche Ausdrücke, die in diesem Kontext erscheinen könnten, etwa „nachhaltig“ „sozial“ etc. (natürlich auch in der Hauptsprache der Seite). Meist ist nicht alles Kleingedruckte auf einer Website in alle Sprachen übersetzt.

Suchen Sie auch ausserhalb der Website!

Mit der Google-Eingabe [site:gap.com „living wage“] werden Sie nicht weit kommen – Der amerikanische Modekonzern The Gap hat für seine Nachhaltigkeitsstrategien eine eigene Website kreiert. Hier finden Sie mehr, wenn Sie keinen site-Operator nutzen.

Mutterkonzerne/Tochterunternehmen

Achten Sie darauf, wie der Konzern strukturiert ist. Banana Republic etwa ist eine Handelsmarke, die zum Mutterkonzern The Gap gehört. Die Website www.bananarepublic.gap.com weist schon in der URL darauf hin, die Website www.bananarepublic.eu dagegen nicht. Schauen Sie sich im Zweifel den Wikipedia-Eintrag zur Marke an, um die Firmenstruktur zu durchschauen und zu verstehen, für welche Marken die gefundenen Informationen zum Existenzlohn gelten. In der Crowd-Research können Sie beide aufnehmen, den Mutterkonzern und die Marke. Um jedoch unnötige Doppelungen zu vermeiden bitten wir Sie, bevorzugt die Mutterkonzerne bzw. Hauptfirmen aufzunehmen, Handelsmarken hingegen nur, wenn diese in Punkto Lieferkettentransparenz und Löhne eigenständig handeln und kommunizieren.

Control F (Ctrl + F)

Sind Sie auf einer Website angekommen, auf der Sie relevante Informationen erwarten, können Sie die Website ganz einfach mit der Suchfunktion des Browsers durchsuchen. Klicken Sie

dafür einfach die Control-Taste (Steuerung, Mac: Apfel-Symbol) und den Buchstaben F (für "find"). Dann öffnet sich ein kleines Suchfenster, in dem man einen Suchbegriff eingeben kann.

D. Was passiert mit den Daten?

Die Ergebnisse werden auf die Plattform wikirate.org hochgeladen. Wikirate ist auf kollektive Unternehmensrecherchen spezialisiert. Die Plattform wird von diversen Hochschulen und NGOs genutzt und wird selbst von einer Nonprofit-Organisation getragen (WikiRate Project e.V.), die ihren Sitz in Berlin hat. Für mehr Infos: [https://wikirateproject.org/About Us](https://wikirateproject.org/About_Us).

Ihre Email-Adresse und Ihren Namen benötigen wir für die Verifikation der Recherche-Ergebnisse im Falle einer Nachfrage. Weder Ihre Email-Adresse noch Ihr Name werden veröffentlicht.

Vielen Dank für Ihre Mithilfe! Jeder Beitrag zur Crowd-Research trägt zu mehr Transparenz in der Bekleidungsindustrie bei.

Bei Fragen zur Crowd-Research und bei technischen Problemen schreiben Sie an crowdresearch@publiceye.ch