

## AMAZON-SKANDAL

# Ist der Ruf erst ruiniert

Online-Versender stehen unter Generalverdacht, doch Amazon ist kein Standard für die Branche

Es ist ein Titel, dessen Herausgeber Amazon selbst sein könnte: „Fleißig, billig, schutzlos: Leiharbeiter in Deutschland.“ Die Publikation ist über Amazon.de bestellbar. Gelesen haben sie die Firmenchefs des Internet-Versenders aber offensichtlich nicht. Seit die ARD-Reportage „Ausgeliefert“ gravierende Missstände bei der Beschäftigung und Unterbringung ausländischer Amazon-Leiharbeiter aufgedeckt hat, geht ein wahrer Shitstorm über das weltgrößte Versandhandelsunternehmen nieder. Auf dessen Facebook-Präsenz hagelt es empörte Kommentare. Auf einer eigens ins Leben gerufenen Anti-Amazon-Site wird zum Boykott aufgerufen. Zumal Amazon nicht zum ersten Mal wegen schlechter Arbeitsbedingungen in der öffentlichen Kritik steht. Zuletzt geriet der Konzern wegen seiner kreativen Steuergestaltung ins Visier der Finanzminister verschiedener Länder. Das Bundeskartellamt sieht nun seine Stunde ebenfalls gekommen. Die deutschen Wettbewerbsbehörden überprüfen derzeit die Preisparitätsklausel. Der Versandriese untersagt damit Händlern, Produkte, die sie auf seiner Plattform anbieten, auf anderen Web-Portalen günstiger zu verkaufen (siehe Seite 3).

Aussitzen ließ sich das alles wohl nicht. Amazon zog Konsequenzen und beendete die Zusammenarbeit mit zwei Dienstleistern, die für die Betreuung und Sicherheitsüberprüfung der Leiharbeiter zuständig waren. Eine Woche nach Ausstrahlung des Beitrags meldete sich erstmals auch Ralf Kleber zu Wort. Im Interview mit „Spiegel Online“ nahm der Amazon-Deutschlandchef Stellung zu den aktuellen Vorwürfen und äußerte sich zu Betriebsräten, Tarifverträgen und Leihar-



**„Bestmögliche Reaktion:  
Asche aufs Haupt streuen,  
Dienstleister entlassen.“**

JÜRGEN KUMBARTZKI  
Inhaber Taikn Strategische Markenberatung

beitern. Die Quintessenz: Betriebsräte ja bitte, Tarifverträge nicht so gerne – und Leiharbeiter? „Die Fernsehbilder, die wir gesehen haben, machen mich betroffen“, so Kleber. Weitere Konsequenzen würden geprüft. Für Jürgen Kumbartzki, geschäftsführender Gesellschafter der strategischen Markenberatung Taikn, die vorerst bestmögliche Reaktion: „Asche aufs Haupt streuen, Dienstleister entlassen!“ Die Krisenkommunikation könne zwar nicht den Zweifel nehmen, dass Amazon vorher wesentlich so gehandelt habe, „aber immerhin gelingt es auf diese Weise, nicht noch mehr Öl ins Feuer zu gießen“, so der Markenexperte. Tatsächlich kann es dem Versender nicht völlig egal sein, was der Verbraucher denkt. Deutschland ist für Amazon der zweitgrößte Markt. 6,7 Milliarden Euro setzt der Konzern hier um – rund 14 Prozent seiner globalen Einnah-



Amazon-Logistik: Nicht tragbare Arbeitsbedingungen für Leiharbeiter

men. Im schnell wachsenden Online-Handel in Deutschland beträgt der Marktanteil ein Viertel. Einen nachhaltigen Imageschaden schließt Kumbartzki jedoch aus: „Starke Marken, besonders wenn sie wie Amazon einen klaren Kundennutzen und fast durchgängig positive Erlebnisse im direkten Kontakt mit der Marke bieten, stecken solche Anfechtungen in der Regel unbeschadet weg.“

Die Beschäftigten in dem betroffenen Standort Bad Hersfeld zeigen sich mit der Aufbereitung seitens der Geschäftsführung indes unzufrieden. In einer vom Management einberufenen Versammlung sei nur oberflächlich auf die Vorwürfe eingegangen worden, so die Stellungnahme der Verdi-Betriebsgruppe vor Ort.

Verdi hat die Geschäftsleitung nun aufgefordert, einen Fragenkatalog zu den Vorgängen öffentlich zu beantworten.

## Erst schreien, dann doch bestellen

Doch auch wenn die Mitarbeiter weitere Aufklärung fordern, der Fall Zalando zeigt: Der Aufschrei der Verbraucher währt nur kurz. Minimaler Stundenlohn, keine Sitzmöglichkeiten, ständige Überwachung und ein einziger Toiletten-Container für Hunderte von Arbeitskräften – ein TV-Bericht über die Praktiken des Online-Versandhändlers hatte im vergangenen Sommer eine Welle der Empörung losgetreten. Auf Facebook riefen Nutzer zum Bestellboykott auf. Nur offensichtlich ohne Erfolg: Im Jahr 2012 verdoppelte sich der Nettoumsatz des Unternehmens auf mehr als 1,15 Milliarden Euro. Immerhin reagierten die Zalando-Macher innerhalb

eines Tages und berieten öffentlich. „Wir sind ein junges Unternehmen, haben uns anfangs zu sehr auf den Aufbau unserer Standorte konzentriert und dabei die Arbeit unserer Dienstleister aus den Augen verloren. Man muss aber aus solchen Fehlern lernen und Konsequenzen ziehen“, erklärte Zalando-Sprecher Boris Radke. Konsequenzen, das waren zum einen sanitäre Anlagen in ausreichender Zahl, fest definierte Ruhepausen, rücken- und fußschonende Ausstattung der Steharbeitsplätze, auch die Bezahlung sei inzwischen angemessen. Zweite wichtige Maßnahme: „Wir haben erkannt, dass wir so wichtige Bereiche wie die Logistik nicht an externe Anbieter auslagern dürfen.“ Im Dezember nahm Zalando in Erfurt sein erstes selbst konzipiertes Logistikzentrum in Betrieb. Der Grundstein für ein weiteres Logistikzentrum in Mönchengladbach ist gelegt. Insgesamt liegt die Quote der Zeitarbeiter bei Zalando jetzt bei zehn Prozent. Und das Unternehmen kündigte

eigene Sozialstandards für bessere Arbeitsbedingungen der Leiharbeiter an. „Die Standards wurden von unseren Dienstleistern unterschrieben. Die Einhaltung soll in Zukunft durch externe Prüfer kontrolliert werden“, so Radkes Versprechen.

Auf Sozialstandards pocht auch der Bundesverband des Versandhandels (BVH): „Natürlich stellen Zeitarbeiter eine

wichtige Ergänzung im Personalbereich für die Versender dar. Was aber wiederholt einigen Anbietern wie auch Amazon vorgeworfen wird, ist ganz klar nicht der Standard unserer Branche“, sagt BVH-Hauptgeschäftsführer Christoph Wenk-Fischer. „Auch die Beschäftigung von vermeintlichen ‚Praktikanten‘ zulasten des deutschen Sozialversicherungssystems mitten im personalintensiven Weihnachtsgeschäft ist – anders, als von Amazon dreist behauptet wird – nicht branchenüblich.“

Tatsache aber ist: Der Preisdruck in der Logistikbranche hat sich in den vergangenen Jahren verschärft. Zeitarbeit ist deshalb ein gebräuchliches (und legales) Modell, um Bedarfsspitzen abzufangen. Die Otto Group aber hat in einer Betriebsvereinbarung festgelegt, dass die Quote der Leiharbeiter höchstens zehn Prozent betragen darf. „Wenn jemand seine Kosten niedrig hält, indem er nur auf Leiharbeit setzt und niedrige Löhne zahlt, ist er einfach billiger. Für uns kann das aber nicht bedeuten, dass wir in diesen ruinösen Wettbewerb einsteigen“, sagt Unternehmenssprecherin Anja Schlumberger. „Wir wollen wettbewerbsfähig sein, halten aber die tariflichen Vergütungs- und Sozialstandards korrekt ein.“

Deswegen, verliere Otto immer wieder Aufträge an Wettbewerber, „die ihre Kosten durch Leiharbeit drücken“.

Auch bei der Verlagsgruppe Weltbild macht der Anteil saisonal Beschäftigter maximal 13 Prozent der Belegschaft aus. Eine Betriebsvereinbarung regelt den Einsatz der Saisonkräfte. Leiharbeiter aus dem Ausland sind für Weltbild kein Thema: Das Unternehmen beschäftigt nur Mitarbeiter aus der Region. Für seinen Umgang mit Mitarbeitern wurde die Verlagsgruppe Weltbild deshalb in einer unabhängigen Studie des CRF Instituts als „Top Arbeitgeber 2012“ zertifiziert.

Zu Deutschlands besten Arbeitgebern wurde 2011 übrigens auch Trenkwalder gewählt. Eben jener Personaldienstleister, der im Zusammenhang mit dem Amazon-Leiharbeiterkandal in Verruf geraten ist. Das verleihende Institut Great Place to Work hat die Auszeichnung nun bis zur Klärung der Vorwürfe ausgesetzt. vj



Verzicht auf Amazon: Empörte Kunden machen Front



Boykott, nein danke! Millionen deutsche Frauen schreien immer noch vor Glück, wenn der Bote ein Zalando-Paket bringt