

Dokumentation

MISEREOR-Fachtagung und
Aktionsworkshop



Fairness im Welthandel – freiwillig oder verpflichtend?

26. bis 27. Oktober 2012 in Berlin

MISEREOR
● IHR HILFSWERK
FAIRER HANDEL
Von Anfang an!

In Kooperation mit

**SUPER
MARKT
MACHT**
.DE



**FORUM
FAIRER
HANDEL**



Fairness im Welthandel: freiwillig oder verpflichtend

Fachtagung: Freitag 26.10.2012 von 13:00 Uhr bis 18:30 Uhr

Vorbemerkung:

Diese Dokumentation soll es ermöglichen, die vielen spannenden Anregungen aus den unterschiedlichen Diskussionen nachzuvollziehen und für die Weiterarbeit nutzbar zu machen. Dazu haben wir die verschiedenen Beiträge und Inhalte sinngemäß protokolliert. Für diejenigen, die noch detaillierter nachlesen möchten, haben wir die Präsentationen - dankenswerterweise von den Referent/innen zur Verfügung gestellt - dieser Dokumentation beigelegt. Außerdem können Sie im Anhang ein Interview von Welt&Handel mit unserem Gast Adela Torres aus Kolumbien nachlesen sowie die Pressemeldung von MISEREOR und einen Bericht über die Tagung aus Welt&Handel.

13:00 Uhr: Begrüßung und Einführung durch Thomas Antkowiak, Geschäftsführer MISEREOR



Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Kolleginnen und Kollegen, liebe Gäste,

zu unserer Tagung „Fairness im Welthandel – freiwillig oder verpflichtend?“ begrüße ich Sie im Namen von MISEREOR sehr herzlich. Dass so viele den Weg hierher nach Berlin gefunden haben, freut mich sehr. Ganz herzlich begrüße ich auch die zahlreichen Gäste, die teilweise eine weite Anreise hatten: Herzlich willkommen Adela Torres aus Kolumbien, Fatima

Ismael aus Nicaragua, Manasnan Pongjayavanij und Anon Lodthanong aus Thailand, Justine Stefanelli aus London. Wir freuen uns auch, Martin Boon von Fair Trade Original, der Schwesterorganisation der GEPA aus den Niederlanden, bei uns zu haben. Ihre Organisation gehört zu den Pionieren des Fairen Handels und wir bei MISEREOR blicken auf eine lange währende gute Zusammenarbeit mit Ihnen zurück.

Wir sehen in der hohen Teilnehmerzahl ein Signal für den großen Diskussionsbedarf zum Thema und einen Hinweis darauf, dass es noch vieler weiterer Gelegenheiten zum Austausch dazu bedarf.

„Wie kann der Welthandel insgesamt fairer gestaltet werden?“, das ist die Frage, die über unserem Zusammensein heute und morgen steht. Mit dem Fairen Handel haben wir bis heute vieles erreicht. Und dennoch sind wir noch immer weit davon entfernt, in einer gerechteren Welt zu leben.

MISEREOR ist dem Fairen Handel als Mitbegründer von Einrichtungen in Deutschland eng verbunden. Seit Jahrzehnten begleiten uns die Fragen seiner Gestaltung hierzulande, seines Bezugs zu unseren Partnern im Süden. Wir sehen im Fairen Handel eine Bewegung für wirtschaftliche Gerechtigkeit und versuchen, die unterschiedlichen Aspekte davon miteinander in Verbindung zu bringen. Um zielgerichtet auf eine gerechtere Welt hinarbeiten zu können, müssen wir vor allem die Menschen, die sich in unterschiedlichen Bereichen engagieren, zueinander bringen. Mit dieser Veranstaltung verfolgen wir das Ziel, Debatten aus dem entwicklungspolitischen Kontext – dazu gehören Kampagnen wie die Supermarktinitiative oder Make fruit fair!, die Regeln für einen gerechten Welthandel einfordern, – mit Diskussionen in der Fairhandelsbewegung zur Weiterentwicklung des Fairen Handels zusammenzubringen. Wir sind überzeugt, dass die Kampagnen vom praktischen Beispiel für gerechte Handelsprozesse profitieren könnten. Die Fairhandelsbewegung muss auf der anderen Seite viel stärker die politischen Fragen in den Blick nehmen.



Wir freuen uns, dass wir das Forum Fairer Handel, die Supermarktinitiative (vertreten durch Oxfam) und die Kampagne „Make fruit fair!“ als Kooperationspartner für diese Tagung gewinnen konnten.

Noch ein kurzer Blick auf das Programm:

„Fairness im Supermarkt. Nur eine Frage des guten Willens?“ – ist die Fragestellung unseres ersten Podiums. Wir wollen untersuchen, ob und wie der Faire Handel zu einer Verbesserung der sozialen Standards in Lieferketten von Supermärkten beigetragen hat und welche weiteren Handlungsschritte aus Sicht von Fairtrade Deutschland, der Supermarktinitiative, aber auch aus Sicht eines Discounters jetzt notwendig sind.

In den anschließenden Workshops wollen wir einzelne Aspekte der Diskussion vertiefen. Auf die Ergebnisse dieser Workshops werden wir morgen zurückkommen, wenn es darum geht, wie wir ganz praktisch weiter verfahren können und sollen.

In der zweiten Podiumsdiskussion geht es um die Frage, wie Politik hier in Deutschland aktiv werden muss und kann. Leider war Herrn Bundesminister Niebel eine Teilnahme am Gespräch nicht möglich. Wir freuen uns auf die Diskussion mit der SPD-Bundestagsabgeordneten Frau Karin Roth, sie ist als Mitglied des Ausschusses für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung intensiv mit der Thematik befasst.

Im Aktionsworkshop morgen Vormittag wollen wir überlegen, welche Herausforderungen sich für die Fairhandelsbewegung ergeben und welche Beiträge die Kampagnenarbeit einbringen kann.

Ich freue mich auf eine spannende Tagung und danke schon jetzt allen, die an der Vorbereitung mitgearbeitet haben und nun für eine gute Durchführung unseres Vorhabens sorgen werden.

13:15 Uhr: Fairness im Supermarkt. Nur eine Frage des guten Willens?

Podiumsdiskussion mit:

Dieter Overath (Geschäftsführer TransFair)

Florian Schütze (Geschäftsbereichsleiter Gesellschaft und Umwelt International, Lidl-Stiftung & Co KG)

Frank Braßel (Oxfam Deutschland)

Benjamin Luig (MISEREOR)

Moderation: Petra Pinzler (Die Zeit)

Frau Pinzler: Welches sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten aktuellen Entwicklungen im Fairen Handel?

Dieter Overath: Es kommt niemand mehr an Fairtrade vorbei. Dafür sind 20 Jahre TransFair zu viel, der gesellschaftliche Druck ist groß. Jeder kennt das Siegel, die Anfragen nehmen nach wie vor zu. Die Situation in Deutschland ist besonders – im Vergleich zu anderen Ländern. Lebensmittel sind hier so billig wie sonst nirgends. Die Discounter sind stark. Auch hier müssen Fairtrade-Produkte erhältlich sein, weil so viele Menschen hier einkaufen (z. B. sind es rund 300.000 bis 350.000 Käufer pro Woche, die bei LIDL Fairtrade-Produkte kaufen).

Die wichtigste Entwicklung stellt das starke Engagement der Produzentenorganisationen dar, wie am Beispiel Fairtrade Africa zu spüren ist. Auch im regionalen Markt gibt es dort jetzt Fairtrade-Kaffee (z. B. Café Äthiopien).

Florian Schütze: Seit acht Jahren haben wir bereits Fairtrade-Produkte im Sortiment. Damit wurde dem Fairen Handel ein guter Vertriebsweg eröffnet, breitere Käuferschichten können erreicht werden. Die Verkaufszahlen gehen nach oben; die Nachfrage der Kunden ist groß. Es war eine richtige Entscheidung, auch wenn es damals Prügel und Kritik gab, aber das ist normal, weil wir die Ersten waren!

Petra Pinzler: Wenn faire Produkte im Regal stehen, sind die anderen unfair?

Florian Schütze: Nein, natürlich nicht: Viele stammen aus regionalen mittelständischen Unternehmen. Auch in diesem Bereich gibt es eine gute Zusammenarbeit. Es ist nicht alles andere unfair. Weitere Initiativen wie UTZ oder Rainforest-Alliance stehen ja auch vor der Tür.

Frank Braßel: Die Macht der Supermärkte ist viel zu groß. Nur fünf Firmen bestreiten einen Großteil des Lebensmittelumsatzes in Deutschland. Die Supermärkte können für ordentliche Arbeits- und Lebensbedingungen sorgen, sowohl in den Produktionsländern als auch hier. Sie sind aber auch für negative Auswirkungen verantwortlich.

Die rund zwei Prozent Fairtrade-Anteil im Bereich Bananen sind recht ordentlich aber lange noch nicht genug. Ecuador ist z. B. eine menschenrechtsfreie Zone! Kaum jemand beachtet dort die Rechte, Standards werden nicht eingehalten – auch nicht von den Supermärkten und Firmen, die Fairtrade-Produkte anbieten. Die Situation auf großen und mittleren Plantagen ist nach wie vor katastrophal. Die einzige Fairtrade-zertifizierte



Plantage bildet regelrecht eine Oase. Die nationale Gesetzgebung hat zwar ein paar Verbesserungen im Bereich der Sozialversicherung vorgeschrieben, aber kein Unternehmen – auch keines aus Deutschland – hat sich je dafür interessiert, ob die Arbeiter versichert sind!

Benjamin Luig: Die Ergebnisse der Studien von Südwind und MISEREOR im Bezug auf Bananen aus Kolumbien und Costa Rica sind ähnlich. Die Tatsache, dass es zwei Prozent fair gehandelte Bananen in deutschen Supermärkten gibt, bedeutet ganz klar: 98 Prozent sind unfair! Fairer Handel kann nicht allein als Hebel bei den Unternehmen dienen, seine Prinzipien können aber Maßstäbe setzen für andere. Vor allem die Transparenz ist ein wichtiger Aspekt, Unternehmen müssen Verantwortung übernehmen; das kann nicht auf Freiwilligkeit beruhen, das funktioniert nicht.

Florian Schütze: Discounter haben gar nicht so eine große Macht. Wirr unterliegen dem Börsenhandel und die Handelsunternehmen haben keinen Einfluss auf die Produktionsbedingungen. Die Schilderungen aus der Studie machen betroffen, aber hier sind alle gefragt, für Abhilfe zu sorgen.

Dieter Overath: Das Problem ist, dass die Preise für den Konsumenten in Deutschland sehr wichtig sind. Im Gegensatz z. B. zur Schweiz, wo es einen Wettbewerb um Nachhal-

tigkeit gab, erfolgt hier der Wettbewerb fast ausschließlich über die Preisgestaltung. In keinem anderen europäischen Land wird ein so geringer Anteil des Einkommens für Lebensmittel ausgegeben wie in Deutschland. Dagegen sind wir im Kauf von extrem teuren Küchen Spitzenreiter.

Florian Schütze: Auch die Qualität muss stimmen, wir haben in Deutschland eine besonders hohe Qualität von Lebensmitteln.

Benjamin Luig: Die Supermärkte sind die mächtigsten Akteure und nicht die Opfer des Preiskampfes untereinander. Sie müssen fair einkaufen und auf Zulieferfirmen achten. Der Preisdruck wird in der Lieferkette nach unten weitergegeben. Die Produzenten sind die letzten in der Kette und daher diejenigen, die ihn am härtesten zu spüren bekommen.

Frank Braßel: Börsenhandel ist ein Quatschargument – es gibt doch nur fünf oder sechs Firmen, die mit Bananen handeln, niemand in den Konzernen kümmert sich um die Lebensbedingungen. Fair gehandelte Bio-Fair-Bananen können nicht nur 1,79 Euro kosten! Das darf nicht sein.

Dieter Overath: Alle Bio-Märkte bieten die Bananen auch so günstig an.

Benjamin Luig: Der Preis ist ja auch nur die eine Sache. Wir könnten problemlos die Marken fairer gestalten, die Konzerne haben die Möglichkeit zur Rückverfolgung, so wie es der Faire Handel zeigt. Wenn man Ketten fairer gestalten will, muss man die Glaubwürdigkeit innerhalb der Kette einhalten. An Lidl gerichtet eine kritische Nachfrage: Wie wollen Sie Gewerkschaftsrechte in Produktionsländern einfordern, wenn Sie selbst nicht durchgehend Betriebsräte in ihren Filialen haben?

Petra Pinzler: Wie kann die Behebung struktureller Probleme wie Überproduktion und Arbeitsrechtsverletzung etc. von Seiten der Politik eingefordert werden?

Benjamin Luig: Auf dem Papier gibt es das Bundeskartellgesetz, das den Wettbewerb schützt, aber die Umsetzung fällt offensichtlich schwer. Unfaire Einkaufspraktiken müssen von den Zulieferern öffentlich dem Bundeskartellamt gemeldet werden, was wiederum ihre Abnahme gefährdet.

Frank Braßel: Es würde gehen, wenn man wollte. Transparenz wäre auch da wieder wichtig. Kartellrechtlich sollte man sich ernsthaft Gedanken machen, ob etwas gegen die wachsende Marktmacht der Supermarktketten unternommen werden muss. Angesichts von vier oder fünf Supermarktketten, die 80 Prozent des Lebensmittelhandels übernehmen, muss eine Debatte in Gang kommen; das wäre aber eine öffentliche bzw. staatliche Aufgabe für Politik und Unternehmen. Die reichsten Männer in Deutschland sind die Geschäftsführer von Aldi und Lidl! Konsum ist bei uns so enorm wichtig – „Mehr ist nicht genug“ –, Deutsche verwechseln mehr mit besser!

Fragen der Teilnehmenden:

- Herr Schütze, was heißt das: „Überschätzen sie unseren Einfluss nicht?!“ Wer hat dann den Einfluss und wie sieht es mit anderen Produkten aus?
- Warum wird Fairtrade nicht gekauft, obwohl viele dafür sind? Werden die Nachteile der konventionellen Produkte nicht deutlich genug herausgestellt?
- Wie fair ist TransFair überhaupt, wenn ein Produkt nur noch 20 Prozent Fairtrade-Anteil enthalten muss?
- Unternehmen haben die Pflicht, Menschenrechte einzuhalten; wo liegen die Risiken und wie werden sie beachtet? Einer Sorgfaltspflicht wird offensichtlich nicht nachgekommen – dann müssen wir die Unternehmen dazu verpflichten bzw. auch verklagen!
- Das Weltbananenforum wurde 2009 gegründet. Dort sind viele Organisationen aus der Zivilgesellschaft und auch Unternehmen vertreten, nur keine einzige deutsche Einzelhandels- bzw. Lebensmittelkette. Wäre das nicht eine Möglichkeit für Lidl sich hier zu engagieren? *(Beitrag von BanaFair)*



Rückantworten vom Podium:

Florian Schütze: Die Information zum Weltbananenforum ist interessant. Darüber können wir uns gerne im Nachgang dieser Diskussion austauschen.

Dieter Overath: Zur Frage nach dem Anteil von Fairtrade-Zutaten an Mischprodukten: Wie sollen wir die Bauern unterstützen, wenn wir nicht für mehr Absatz beim Kakao sorgen? Ein Beispiel ist das Eis von Ben & Jerrys: Es besteht zu 43 Prozent aus Kakao, wenn wir wie zuvor von einem Mindestanteil von 50 Prozent Fairtrade-Zutaten ausgehen, können wir hier keinen fairen Kakao verwenden. Bei der Regelung gilt nach wie vor: alle Zutaten die Fairtrade sein können – also die es im Fairtrade-System gibt – müssen Fairtrade sein. Wir kommen nicht voran, wenn wir im Bereich Kakao oder Gummibärchen nicht die Produkte, die nur weniger als 50 Prozent Fairtrade-Anteil haben können, mitnehmen. TransFair-Deutschland hat sich für ein „Zutaten-Logo“ – nach dem das Siegel auf die Zutat bezogen kenntlich gemacht wird – eingesetzt, ist aber international noch nicht damit durchgekommen.

Frank Braßel: 98 Prozent der Lebensmittel werden ohne Einhaltung von Recht und Gesetz produziert. Die Politik handelt nicht, obwohl sie um die Probleme weiß! Die Staaten ziehen sich zugunsten des endlosen Wirtschaftswesens aus ihrer Verantwortung heraus. Stellschrauben sitzen in Politik und Wirtschaft! Und da müssen wir ansetzen!

15:00 Uhr bis 16:45 Uhr: Workshops

Workshop 1 – Big and beautiful: Der Faire Handel am Scheideweg?

Input: Olaf Paulsen (Freier Gutachter für nachhaltige Entwicklung und Handel)

Adela Torres (Landarbeitergewerkschaft Sintrainago, Kolumbien)

Anon Lodthanong (Samroiody Pineapple Growers Co-op. Ltd. Thailand)

Manasan Pongjayavanij (Consultant, Brains Trust, Thailand)

Fatima Ismael (Kaffeegenossenschaft Soppexcca, Nicaragua)

Moderation: Antje Edler (Forum Fairer Handel)



Olaf Paulsen informiert über die Ergebnisse der Studie “Fairer Handel – Option für die Armen?” und aktuelle Entwicklungen im Fairen Handel.

➤ *Siehe Präsentation im Anhang*

Die wichtigsten Ergebnisse:

- Die zur Verfügung stehenden Daten (Zahlen zu Bananen und Kaffee) decken nur sehr kurze Zeiträume ab und lassen nur bedingt Schlussfolgerungen zu.
- Gestiegene Marktanteile des Fairen Handels sind gleichzeitig auch gestiegene Verkaufszahlen für die zertifizierten Produzenten. Auch hat sich eine befürchtete Verdrängung von Kleinbauern im System des Fairen Handels (bei Bananen) bisher nicht bestätigt, obwohl wie erwähnt das Risiko hierzu weiter bestehen bleibt, solange es keine *policy* gibt, die eine Verdrängung der Kleinbauern verhindert.
- Der Faire Handel ist nicht automatisch davor gefeit, dass innerhalb des Systems größere Akteure – ähnlich wie im konventionellen Handel – über das vertretbare Maß hinaus dominieren, Mechanismen müssen entwickelt werden, die kleinen Produzenten auch INNERHALB des Fairtrade-Marktes Spielräume bietet und sie nicht der vollständigen Konkurrenz großer Produzenten aussetzt.
- Fair Trade USA hat das Fairtrade-System verlassen. Die Konsequenzen sind aktuell noch nicht absehbar.

Anmerkung aus dem Publikum:

Diese Frage bleibt offen: Um wie viel mehr wäre die Anzahl der Kleinbauern im Bereich Bananen gewachsen, wenn die Plantagen nicht hinzugekommen wären?

Fatima Ismael berichtet über die Entwicklungen in Nicaragua seit der Militärdiktatur und die Entstehung der Kooperative Soppexcca: Die Ländereien waren zuvor unter fünf Großgrundbesitzern aufgeteilt. Vor dem Hintergrund des Krieges sind die Kooperativen ent-



standen mit dem Ziel, für die marginalisierte Bevölkerung Vermarktungswege zu eröffnen. Jetzt sind die Kleinbauern selbst Landbesitzer. „In den 1990er-Jahren entwickelte sich langsam der Friedensprozess und wir lernten, wie der Markt funktioniert. Unser Wachstum ist zum größten Teil auf den Fairen Handel zurückzuführen, denn wir als arme Menschen konnten damals nicht

mit den großen Kaffeeproduzenten mithalten.“ Es ist wichtig, dass das Land den kleinen Bauern weiter gehört, nur so ist Nachhaltigkeit möglich! Denn es sind die Kleinbauern die auf ökologische Anbauweisen und Artenvielfalt achten.

„Auch heute bietet uns der Faire Handel eine Möglichkeit, uns auf dem Markt gegen die Multinationalen Konzerne zu behaupten, und eröffnet den Kleinbauern Entwicklungsperspektiven.“

Auf die Frage nach eventuellen Auswirkungen des Austritts von Fair Trade USA aus dem Fairtrade-System: „Konkrete Auswirkungen gibt es bisher noch nicht. Es wird jedoch zu Kontaktaufnahmen und eventuell zu Verschiebungen kommen. Der Faire Handel sollte die Standards halten, das ist ein dynamischer Prozess. Wir Kleinbauern befürchten die Konkurrenz durch Plantagen und möchten auf keinen Fall, dass das System Fairtrade zusammenbricht.“

Manasnan Pongjayavanij und Anon Lodthanong: Die thailändischen Produzenten profitieren stark vom Fairen Handel. Ohne ihn gäbe es sie so nicht. „Die Fairhandelsorganisationen sind bei uns noch sehr klein, weil nur wenige mitmachen. Die Marktpreise waren früher sehr schlecht – die Qualität der Produkte aber auch. Wir haben weniger Probleme mit der Frage nach Kleinbauern versus Plantagen, sondern eher damit, dass Kapital für Investitionen fehlt. Die Bauern sind sehr glücklich über Fairtrade.“ Eine Schwierigkeit für viele Kleinbauern besteht jedoch in den hohen Anforderungen, die die Aufnahme in das Fairtrade-System beinhaltet. Hier fehlt es an Unterstützung. Die Zertifizierungskosten sind ebenfalls sehr hoch.

Fair Trade Original sorgt gemeinsam mit Samroyod Pineapple Growers Co-op. Ltd. und Frau Pongjayavanij für die Weiterverarbeitung bis zum Endprodukt im Land. Im Fokus steht die Bemühung um eine insgesamt faire Wertschöpfungskette.



Adela Torres: „Die Arbeitsrechte und Menschenrechte müssen in den Fabriken und auf den Plantagen eingehalten werden. Dafür kämpfen wir. Wir vertreten als Gewerkschaft die Mitarbeiter/-innen der Plantagen. Gerade die Situation der Frauen ist hier oft sehr schlecht. Uns ist es ein Anliegen, die Rechte von Frauen zu stärken. Eine Aufgabe ist z. B., Frauen über ihre Arbeitsrechte überhaupt erst zu informieren.



Außerdem kritisieren wir die miserable Situation der saisonalen Arbeitskräfte. Sie arbeiten ohne jegliche soziale Sicherheit und bei extrem schlechter Bezahlung. Dieses Problem betrifft auch den Fairen Handel. Die Arbeitsbedingungen auf Fairtrade-zertifizierten Plantagen sind zwar wesentlich besser, aber auch hier gibt es oft keine Gewerkschaftsfreiheit. Es geht darum zusammenzuarbeiten, um soziale Standards für Arbeiter/-innen durchzusetzen. Die wichtige Frage, die uns hier bewegt, ist: Wie können wir als Gewerkschaften mitarbeiten, um das Fairtrade-System zu verbessern?“

Diskussionsergebnisse:

- Die Konkurrenz zwischen Plantagen und Kleinbauern wird durch das Ausscheiden von Fair Trade USA aus dem FLO-System eventuell zum Problem.
- Es gilt, Produktstrategien und Regulierungen zu entwickeln, die diese Konkurrenz verhindern.
- Politische Maßnahmen, wie z. B. Landreformen, sind mitzudenken.
- Gewerkschaften müssen eingebunden werden.
- Die Verhandlungsmacht der Verarbeiter und Exporteure ist ungleich stärker als die der Produzenten. (So kann es zum Abschluss von Knebelverträgen kommen.)

Baustellen im Fairen Handel:

- Es müssen Möglichkeiten eines Marktzugangs für mehr Kleinproduzierende geschaffen werden.

- Unterstützung bei der Einhaltung und Weiterentwicklung von Qualitätsstandards ist notwendig.
- Weiterverarbeitung im Süden ist möglich und muss verstärkt in den Fokus gerückt werden!
- Die Fairtrade-Standards müssen weiterentwickelt werden: Hierbei ist die Einbindung von Gewerkschaften wichtig.

Workshop 2 – Supermärkte in der Pflicht:

Welche Regulierungen sind nötig und möglich?

Input: Justine Stefanelli (British Institute of International and Comparative Law)

Pedro Morazán (Südwind-Institut)

Florian Schütze (Geschäftsbereichsleiter Gesellschaft und Umwelt International, Lidl)

Moderation: Benjamin Luig (MISEREOR)



Justine Stefanelli erläutert in einem Input die Ergebnisse der Studie „Models of Enforcement in Europe for Relations in the Food Supply Chains“.

- *Siehe Präsentation im Anhang*

Die wichtigsten Ergebnisse:

Die Studie beschreibt die Einflussmöglichkeiten der EU auf den Nahrungsmittelsektor. Zehn EU-Länder besitzen bereits Regularien, die sich aber vom Charakter her unterscheiden:

Weiches Recht (soft law):

- beinhaltet Selbstverpflichtungen samt Monitoring.
- Öffentlichkeit und Medien dienen als ausgleichendes Forum.
- Bei Konflikten kommt es zu Verhandlungen mit Schiedsspruch.

Hartes Recht (hard law):

- Es existiert bereits eine branchenspezifische Gesetzgebung.
- Sie erfolgt im Rahmen des Wettbewerbsrecht
- Verstöße werden geahndet durch Geldstrafen, Schadensersatz oder Sanktionen.

Fazit: Bisher existiert in keinem der untersuchten Länder ein „vollständiger, absoluter Mechanismus“, aber die Entwicklungen tendieren hin zu hartem Recht (Selbstverpflichtung reicht nicht!), weil die angestrebte Gewinnmaximierung der Unternehmen durch Umsatzerhöhung zu einem Preiskampf (mit Dumpingpreisen) führt.

Die EU sollte aktiv werden und einheitliche Regelungen schaffen, aber auch gleichzeitig eine nationale, branchenspezifische Gesetzgebung unterstützen, mit der Möglichkeit einer Anpassung nach oben!

Es sollten z. B. Richtlinien über unlautere Geschäftspraktiken oder unlauteren Wettbewerb erlassen werden. Auch die Einrichtung einer nationalen Stelle mit Entscheidungsmacht zur Untersuchung von unfairen Praktiken ist notwendig. Sie könnte Beweise sammeln und feststellen, welche Akteure beteiligt sind.

Ziel einer Regulierung sollte ein besserer Schutz der kleinen Zulieferer sein gegenüber den marktbestimmenden Händlern und Supermarktketten.

Florian Schütze: Das Problem einer Vereinheitlichung ist sehr vielschichtig, weil es viele unterschiedliche nationale Gesetzgebungen in der EU gibt. In Deutschland gibt es das Bundeskartellamt mit strengen Regeln, wie z. B. der Regel, die nur die Marktmacht zwischen unmittelbarem Zulieferer und Abnehmer regelt, nicht hingegen die „indirekte Marktmacht“ zwischen Einzelhandel am Ende und Produzenten am Anfang der Kette. International geltende einheitliche Regelungen sind noch nicht in Aussicht.

Lösungsansätze:

- Einführung freiwilliger Verpflichtungen z. B. in Form eines „Code of conduct“, einer schriftlichen Fixierung von Erwartungen
- Klärung der ungelösten Frage nach den Kontrollen bzw. Prüfinstituten
- Das Hauptproblem liegt darin, dass sich die Mentalität nicht ändert, da die Konkurrenz vorwiegend über den Preiskampf ausgetragen wird, nicht aber zur Effizienz- und Qualitätssteigerung entlang der Kette führt. Abhilfe könnten Trainings zur Qualitätssteigerung mit allen Akteuren entlang der Kette schaffen.
- Der Weg zu einer nachhaltigen Veränderung ist nur über kleine Schritte zu erreichen.

Pedro Morazán: Schon jetzt könnte die EU einen Verhaltenskodex mit Verpflichtungen für den Einzelhandel einführen und deren Einhaltung kontrollieren. Es gibt heute zwar EU-Gesetze zur Krümmung der Banane, aber keine zu den Arbeitsbedingungen in den Erzeugerländern. Nationale Wettbewerbsregelungen reichen nicht aus. Das Rahmenwerk der EU müsste in Zeiten der Globalisierung über die EU hinausreichen. Z. B. herrschen in der Bananen- oder Ananasproduktion in Costa Rica oder anderen Erzeugerländern katastrophale Arbeitsbedingungen. Es gibt viele illegale Arbeiter/-innen, was gleichzusetzen ist mit Sklavenarbeit heute im Jahr 2012. Ein Merkmal von Wertschöpfungsketten ist, dass es viele Produzenten bzw. Zulieferer am einen Ende gibt, die sehr wenigen Akteuren

am anderen Ende der Kette (z. B. im Einzelhandel) gegenüberstehen. Das Wettbewerbsrecht in Europa schützt nur den Endverbraucher bzw. den Einzelhandel, aber nicht den Produzenten. Deshalb muss bei einer Neuregulierung zur Beseitigung der Defizite die ganze Kette beachtet werden!



In der Diskussion wurden folgende Punkte angesprochen:

Es sei nötig, die Ziele der Wirtschaft zu beachten, darunter: Gewinnmaximierung, Eroberung von Marktanteilen, Preiseinflussnahme
Investition bei möglichst niedrigen Kosten für Arbeits-, - Gesundheits- und Umweltschutz sowie niedrigen Personalkosten.

Supermärkte wie Lidl bieten zwar faire Produkte an, aber gleichzeitig Produkte, die zu billig sind, als dass sie fair produziert werden könnten.

Florian Schütze: Der Endpreis sagt doch nichts über die Produktionsbedingungen aus (teuer ist nicht gleich fair zu setzen und billig ist nicht gleich unfair).

Pedro Morazán: Der Endpreis von Bananen ist so niedrig, weil der Preisdruck entsprechend weitergegeben wird. Der verzerrte Wettbewerb entstand durch Deregulierung (Ursache einer neoliberalen Marktpolitik) des Bananenmarkts u. a. durch Deutschland

Justine Stefanelli: Es existieren nicht nur in Deutschland Wettbewerbs- und Kartellrecht, aber deren Einfluss über den EU-Binnenmarkt hinaus ist sehr gering.

Fragen und Anmerkungen der Teilnehmenden:

- Was erwarten wir vom Staat? Z. B. Änderung der Bedingungen auf den Plantagen?
- Welcher Einfluss ist möglich? Sind unternehmerische Anreize möglich?
- Das müssen wir tun: Machtstrukturen aufdecken, Verhaltenskodex fordern, Kontrollmechanismen erklären!

Florian Schütze: Wenn es einheitliche Regelungen gibt, dann sollten sie auch für alle gelten! Wir sollten aber die Kunden nicht vergessen! Wenn das Kilo Bananen 4,99 € kosten würde, wer würde sie dann noch kaufen?

Diskussion im Plenum:

- Die aktuelle Entwicklungspolitik muss sich fragen lassen, wie nationale Regulierungen bzw. Regierungen unterstützt werden können? Oder wie kann man dazu anregen, Regelungen einzuführen oder Verbesserungen durchzuführen? Zentraler Prüfstein deutscher Entwicklungspolitik sollte die Einhaltung der Menschenrechte sein. Bei ei-

ner knallharten neoliberalen Ideologie und Wirtschaftspolitik gilt es, die Beachtung grundlegender Normen des menschlichen Zusammenlebens einzufordern.

- Die deutsche Regierung sieht bislang keine Probleme. Sie verweist auf deutsches Wettbewerbsrecht. Konträr dazu steht jedoch das vorherrschende neoliberale Denken in der Wirtschaftspolitik: freies Unternehmertum, freier Welthandel, Wirtschaft stärken, das bedeutet, den Wohlstand in Deutschland mehren!
- Freiwillige Selbstverpflichtungen laufen bislang ins Leere bzw. haben Feigenblattfunktion (auch Greenwashing genannt).
- Die Kriterien und Regeln des Fairen Handels (in Bezug auf die Verpflichtungen der Akteure) sind zahlreich und sehr umfassend! Letztlich halten die beteiligten Kleinbauern bzw. Kooperativen diese ein (was durch Kontrollen sichergestellt wird). Wenn diese das können, wieso sollte es dann bei den „Großen“ nicht möglich sein?

Justine Stefanelli: Weltübergreifende Handelsgesetze mit Menschenrechtsaspekten sind nötig! Die EU wird dann reagieren, wenn nationale Regierungen anfangen, etwas zu tun. Selbstverpflichtungen sind zu unterstützen (sie können als Alleinstellungsmerkmal zum Wettbewerbsvorteil gereichen). Es sollten rechtliche Rahmen bereitgestellt werden, z. B. könnte man mit Unterstützungsmaßnahmen Durchsetzungsmechanismen sowie Anreize für Unternehmen schaffen.

Pedro Morazán: Die bisherige neoliberale Ausrichtung der EU-Handelspolitik erschwert die Umsetzung einer Neuregulierung. Reformen im Umgang der EU mit ehemaligen Kolonialstaaten sollen zu einer Anerkennung als gleichberechtigte Handelspartner führen. Allerdings stoßen diese Reformen in manchen Mitgliedsstaaten mit kolonialer Vergangenheit auf heftige Ablehnung. Regierungen in Nord und Süd könnten durch Kooperation Transparenz und Einhaltung von Mindeststandards durchsetzen. Es ist eine Frage politischen Willens.

Folgen weiterer Marktmachtkonzentration:

- Weitere kleine Läden werden bankrottgehen.
- Die Produktionsbedingungen in den Erzeugerländern werden sich weiter verschlechtern.
- Plantagenanbau bzw. industrielle Landwirtschaft verbunden mit den entsprechenden negativen Strukturen wird zunehmen.

Florian Schütze:

Freiwilligkeit, Eigeninitiative und Wettbewerb sind wichtig!

Workshop 3 - Sozialklauseln in der europäischen Handelspolitik: wirkungsvolles Schutzinstrument oder Feigenblatt?



Input: David Hachfeld (Oxfam)

Dr. Evita Schmiege (Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung)

Fritz Heil (IG BAU)

Moderation: Armin Paasch (MISEREOR)

David Hachfeld führt in die Thematik ein.

- *Präsentation im Anhang*

Diskussionsergebnisse:

1. Sozialklauseln sind mehr als ein Feigenblatt. Sie können den Druck auf Partnerländer der EU erhöhen, Menschen- und Arbeitsrechte stärker zu beachten. Allerdings mangelt es erstens an Mechanismen, die zu einer Verbindlichkeit in der Einhaltung führen.
2. Sozialklauseln bieten außerdem keinen Schutz vor Menschenrechtsverletzungen, die durch die Umsetzung eines Handelsabkommens selbst entstehen können, beispielsweise wenn es durch eine Öffnung von Agrarmärkten in einem ärmeren Land zur Verdrängung von Kleinbauern und Verletzungen des Rechts auf Nahrung kommt.
3. Sozialklauseln können dazu eines unter vielen Instrumenten sein, um Menschenrechtsgefährdungen durch Handelsabkommen zu minimieren. Dazu wären aber effektive Beschwerdemechanismen für zivilgesellschaftliche Organisationen, Sanktionsmöglichkeiten und die Möglichkeit zur nachträglichen Änderung von Abkommen nötig.

4. Aus einer menschenrechtlichen Perspektive reicht es nicht, die Schäden eines Handelsabkommens für Armutgruppen möglichst gering zu halten. Vielmehr müssen Handelsabkommen das Umfeld verbessern, das zur Verwirklichung von Menschen- und Arbeitsrechten erforderlich ist.

17:00 Uhr So freiwillig wie möglich, so verpflichtend wie nötig: Was leistet Politik?

Podiumsdiskussion mit:

Karin Roth (MdB SPD)

Thomas Speck (Geschäftsführer GEPA – The Fair Trade Company)

Thomas Antkowiak (Geschäftsführer MISEREOR)

Moderation: Michael Windfuhr (stellvertr. Leiter Deutsches Institut für Menschenrechte)



Michael Windfuhr: Die Debatte um verbindliche Sozialstandards in der Lieferkette ist

hochaktuell, im Menschenrechtsrat hat diese Diskussion gerade ähnlich begonnen: Von wem und für wen soll es eine Schutzpflicht geben? Es gibt eine menschenrechtliche Verantwortung für Unternehmen. Sorgfaltspflicht und Beschwerdemöglichkeiten müssen eingesetzt werden. Die EU-Länder sollen bis Ende des nächsten Jahres Strategien vorlegen. Hier sind die Zivilgesellschaft und die Politik gefordert, Stellung zu beziehen.

Frage: Welche Rahmen muss die Politik setzen?

Karin Roth: Es gibt grundsätzlich eine Chance, Unternehmen zum Handeln zu bewegen. Sie müssen ihre Lieferkette offenlegen. Bezüglich Zertifizierungen müssen wir auf ein neues Niveau kommen; Nachhaltigkeit und soziale Gerechtigkeit müssen dabei beachtet werden. Jetzt ist der Moment da, zu dem wir die Möglichkeit haben, zur Offenlegung zu verpflichten! Die SPD hat letzte Woche diskutiert, dass ein entsprechendes Regelwerk geschaffen werden muss. Bei Lebensmitteln ebenso wie bei Kleidung und allen anderen gehandelten Waren muss die Rückverfolgbarkeit der Produkte kenntlich gemacht werden. Wenn wir das schaffen und das gemeinsam mit der europäischen Handelsunion, das wäre ideal!

Bei dieser Transparenz geht es nicht um die finanzielle Offenlegung, deshalb lassen wir auch keine Argumente im Bezug auf Datenschutz gelten.

Thomas Speck: Das Potential muss noch genutzt werden, Konzerne wie Lidl müssen sich zu 100 Prozent fair engagieren.

Michael Windfuhr: Wenn dies realisiert würde, bräuchten wir dann noch Unternehmen, wie die GEPA?

Thomas Speck: Wir wünschen uns, dass die GEPA überflüssig wird, wenn sich die Wirtschaft in diese Richtung entwickelt. Die Frage nach der idealen Lieferkette, hat aber für uns noch eine andere Bedeutung. Die GEPA sieht ihre Aufgabe darin, Beziehungen mit ganz kleinen Partnern einzugehen, die ohne einen starken Partner keine Möglichkeit hätten, am Markt oder auch am Fairtrade-System teilzunehmen. Ein Beispiel dafür ist eine Tee-Firma in Indien. Vor 20 Jahren hat GEPA dabei geholfen hier Aufbauarbeit zu leisten, heute ist die Firma auf dem Markt präsent und kann weitere Kleinbauerngruppen mit einbeziehen. Außerdem ist es für die GEPA wichtig, insgesamt fair zu sein. Daher setzen wir in unseren Produkten auch auf faire Milch aus dem Norden.

Karin Roth: Ohne die Fairhandelsbewegung gäbe es Zertifizierungen doch gar nicht! Wenn wir uns nicht darum kümmern, wird es nicht vorangehen! Wir erwarten von den Unternehmen mehr Gerechtigkeit!

Thomas Antkowiak: Im Mittelpunkt der Arbeit von MISEREOR steht der Mensch. Strukturen, die die Menschen daran hindern, menschenwürdig zu leben, müssen aufgebrochen werden. In den mehr als 40 Jahren, die wir Fairen Handel betreiben, ist eine Menge geschehen, das möchte ich nicht immer klein reden – viel auch ehrenamtlich.

Man darf den Handlungsbedarf nicht immer auf die anderen schieben. Wenn Unternehmen das wirklich ernst meinen, sollten sie in ihrem Handeln konsequent sein. Das gilt auch für die Politik. Wir möchten, dass die Bundesregierung z. B. die Durchsetzungsbefugnisse des Bundeskartellamts stärkt. Auch wir als Konsumenten sind verantwortlich und treiben die Preise dorthin, wo sie nun sind.

Wir wollen kontinuierlich auf die Stärkung von Kleinbauern hinwirken.

Aktionsworkshop

Samstag, 27.10.2012 von 9:00 Uhr bis 13:00 Uhr

Einstieg: Was bedeuten die Ergebnisse vom Vortag für die Fairhandelsbewegung?

Mit Antje Edler (Forum Fairer Handel)

Klaus Wöldecke (Weltladen-Dachverband)

Adela Torres (Gewerkschaft SINTRAINAGO, Kolumbien)

Antje Edler: Wir sollten uns vor allem daran orientieren, was uns die Produzenten in Workshop I im Bezug auf die Weiterentwicklung des Fairen Handels mitgegeben haben:

- Die Konkurrenzsituation zwischen Plantagen und Kleinbauern kann gerade durch die Entwicklung bei Fair Trade USA zum Problem werden.
- Wachstum ja, aber nicht auf Kosten der Kleinbauern. Doch das ist kein Selbstläufer!
- Adela Torres stellte die Frage nach der Einbindung der Gewerkschaften in das System des Fairen Handels, weil die Gewerkschaften immer vor Ort sind, und wissen, was dort passiert.
- Die thailändischen Gäste haben eine ganz klare Aussage gemacht: „Wir wollen Marktzugang! Schafft uns Zugänge zu euren Märkten; Unterstützung von eurer Seite ist – gerade zu Beginn des Mitwirkens im Fairen Handel – unbedingt notwendig.“
- Die politischen Forderungen des Fairen Handels müssen zusammengebracht werden mit den Fragen nach der Weiterentwicklung des Fairen Handels!



Es geht darum, gemeinsam an diesen Baustellen weiterzuarbeiten. Dabei ist es sehr wichtig, das politische Engagement und den Fairen Handel als „Wirtschaftsmodell“ zusammen zu denken. Dies wollen wir als Forum Fairer Handel vorantreiben mit unseren Kooperationspartnern!

Klaus Wöldecke: Die Strukturen von Armut und Ungerechtigkeit sind aufzubrechen. Die Frage „Wie dürfen wir leben?“ spiegelt die Säulen des Fairen Handels wieder. Eine davon ist der Verkauf. Die Dynamik des Fairen Handels findet gerade dort statt, wo wir eigentlich hinterfragen wollen (beim Verkauf und beim Konsum). Der Umsatz in den Supermärkten steigt, die Bedeutung des klassischen Fairen Handels der Pioniere sinkt in der Öffentlichkeit. Die Sorge ist, dass die Weltläden in ihrer Gesamtheit an Bedeutung verlieren werden. Die Deutungshoheit, was Fairer Handel ist, wird nicht mehr in „unseren“ Händen liegen. Was bedeutet das? Ich glaube, wir haben eine Chance, es ist möglich, das Ruder noch herumzureißen. Der Marktanteil der Weltläden kann steigen, wir werden wirtschaftlich wachsen, wenn wir in der Bildungsarbeit und Lobbyarbeit wieder stärker werden. Wir müssen mahndend auf die Fairtrade-Akteure Einfluss nehmen – auch gegenüber der Öffentlichkeit.

Adela Torres: Es ist wichtig, weiterhin die Kleinbauern und Plantagen zu unterstützen, um die Armut in den Ländern zu bekämpfen. Regierungen müssen an der Debatte beteiligt werden. Der Faire Handel muss sichtbarer werden, damit er in der Gesellschaft besser wirken kann. Verhandlungen im Bezug auf Arbeits- und Menschenrechte werden eher von Gewerkschaften als vom Fairen Handel geführt. Daher ist unsere Zusammenarbeit enorm wichtig, um gemeinsam die Umsetzung von Menschenrechten in der Wertschöpfungskette zu erreichen.

Beiträge von Experten/-innen aus dem Publikum:

Martin Boon (Fair Trade Original):

Wir verkaufen auch an Supermärkte seit 2006. Eigentlich sind freiwillige Verpflichtungen besser, aber das funktioniert im Welthandel anscheinend nicht. Politiker müssen Anreize schaffen, um mehr Interesse bei den Verbrauchern zu wecken – der Preis ist enorm wichtig, das ist auch in Holland so. Alle sind voneinander abhängig: Produzenten, Exporteure, Supermärkte. Wir versuchen den Weg der Zusammenarbeit mit den Supermärkten, um Wertschöpfungsketten insgesamt fairer zu gestalten. Und wir denken, dass hier sehr viel Potential steckt. Wenn es Bio-Supermärkte gibt, warum gibt es keine Fairtrade-Supermärkte?

Die Fairtrade-Prämie ist das Erfolgsmodell – je mehr die Produzenten erhalten, umso mehr können sie in ihre Weiterentwicklung investieren und dann selbstständig werden. Wir haben nicht mehr ewig Zeit – wir haben nur diesen einen Planeten, Partnerschaften mit allen Beteiligten sind wichtig.



Andrea Fütterer (GEPA – The Fair Trade Company): Machen wir noch das, was wir im Fai-



ren Handel immer machen wollten? Wir lassen uns vom Markt treiben! Es müsste umgekehrt sein, wir wollten doch eigentlich den Markt bestimmen. Und außerdem: wer ist eigentlich der Markt? Wollen die Produzenten, dass die Bananen gerade sind? Wollen das die Konsumenten wirklich? Oder wollen es die Händler? Wir sind die Bewegung, wir sind angetreten, etwas zu verändern, das sollten wir auch tun!

Thomas Antkowiak: Zur Anmerkung der „Deutungshoheit“: Wir müssen offensiver vorgehen und können auch nicht rückwärtsgehen. Es gibt nun mehr Akteure im Fairen Handel, die auch mitreden. Die Fairhandelsbewegung muss ihr besonders Profil in den Fokus stellen, damit müssen wir uns nicht verstecken. Man darf aber auch die Geduld nicht verlieren und wir müssen offen sein für Fragen, Schwierigkeiten, Vorschläge sowie die Diskussion mit anderen.

Weitere Fragen aus dem Plenum:

- Wo bleibt die Bildungsarbeit?
- Wir sollten in der Öffentlichkeit nachvollziehbar den Vergleich zwischen der Wertschöpfungskette einer „Lidl-Banane“ und einer „fair gehandelten Banane“ darstellen.

Antje Edler: Wir haben eine Menge Baustellen in unserem eigenen System. Wir wollen gleichzeitig die Kleinbauern unterstützen, Bewusstsein und Lebensstil verändern und am großen politischen Rad drehen! Das ist viel Arbeit!

10:00 Uhr Welchen Beitrag können Kampagnen leisten?

Lisa Petermann (Weltladen-Dachverband) zur Kampagne Kleinbauern säen Zukunft: Die Kampagne des Weltladen-Dachverbands gemeinsam mit Naturland ist über die zwei Jahre 2012/2013 angelegt. Sie setzt sich für die Stärkung von kleinbäuerlichen Strukturen und eine Verbesserung der Rahmenbedingungen für Kleinproduzenten ein. Die Stimme der Kleinbauern soll in die politische Debatte eingebracht werden. Dazu wird konkret mit Kleinbauernkooperativen in Asien zusammengearbeitet, die auch nach Deutschland eingeladen wurden bzw. werden.

- *Siehe Präsentation im Anhang.*

Antje Edler ergänzt dazu die Planungen beim Forum Fairer Handel: „Mit Blick auf die Bundestagswahl im kommenden Jahr wird die Kampagne mit politischen Forderungen einhergehen – wir wollen die Themen in die Wahlprogramme mit einbringen. Die Aktionen dazu sind noch in Planung.“



Bettina Burkert (BanaFair) zur **Kampagne Make fruit fair!**: Make fruit fair! ist eine internationale Kampagne, die sich für gerechte Arbeitsbedingungen und Umweltschutz im Bananen- und Ananashandel einsetzt. Hier lautet die klare Forderung: Supermärkte sollen faire Preise zahlen!

Die Unterschriftenaktion 2012 fand ihren Abschluss im Oktober

mit der Übergabe der Unterschriften an EU-Kommissionspräsident José Manuel Barroso (bzw. seine Vertreter) mit einer Demonstration vor dem EU-Gebäude. Es gab kaum Öffentlichkeit vor Ort, die Presseresonanz im Nachhinein war jedoch gut!

Weitere Forderung werden sein: Die Neugestaltung des Wettbewerbsrechts und Maßnahmen, um dem unregulierten Wachstum der Supermärkte zu begegnen.

Die Chiquita-Kampagne 1999 zeigt mittlerweile Erfolg. Das Beispiel beweist, dass Kampagnenarbeit enorm wichtig ist und langfristig zum Erfolg führt!

➤ *Siehe Präsentation im Anhang*

Christine Pohl (Oxfam) zur **Supermarktinitiative**: Die Supermarktinitiative ist ein Netzwerk, keine Kampagne. Die 26 Mitglieder wollen mit der Initiative politisch Einfluss nehmen und übergreifend den gesamten Sektor beeinflussen. Im Mittelpunkt steht die Forderung nach sozialen und ökologischen Standards in den Lieferketten.

Die Forderungen lauten:

- Wettbewerbsrecht verändern
- Marktmacht aufteilen
- Zugang zu Rechtssprechung
- Transparenz und Offenlegung der Lieferkette, von Tochterunternehmen und Zulieferern

Die Supermarktinitiative hat bereits viele Aktionen durchgeführt. Teilweise bestehen diese aus Mitmachaktivitäten, teilweise aus konzentrierten Lobbyaktionen, wie kürzlich ein Brief der Organisationen an die Bundeskanzlerin als Aufruf zur Unterstützung der Umsetzung des Kartellrechts. Zurzeit werden Ideen für weitere Aktivitäten entwickelt. Im

nächsten Jahr steht die Bundestagswahl im Zentrum der Aktivitäten. Voraussichtlich wird es Aktionen geben, zu denen eine breite Beteiligung erwünscht ist. Herzliche Einladung zum Mitmachen!

Mehr Informationen gibt es unter www.supermarktmacht.de

11:00 Uhr Worldcafé Entwicklung von Handlungsoptionen

Vier verschiedene Themen werden in rotierenden Kleingruppen jeweils 15 Minuten diskutiert.

1. Anliegen aus dem Süden – Baustellen im Fairen Handel
2. Transparenz und Berichtspflichten
3. Handels- und Agrarpolitik
4. Supermarktmacht

Die Fragestellungen dazu lauten jeweils:

- Wie kann sich der Faire Handel einbringen?
- Welche Akteure können und sollen was wie tun?
- Wer muss noch mit einbezogen werden?



Zusammenfassung der Plakate, die zu den jeweiligen Themen von allen Gruppen beschriftet wurden:

1. Anliegen aus dem Süden – Baustellen im Fairen Handel

Fairtrade-System:

- MISEREOR/Brot für die Welt und andere sollen mehr Einfluss auf FLO (Fairtrade Labelling Organizations International) ausüben.
- Eine Überprüfung der FLO-Standards in Zusammenarbeit mit Gewerkschaften ist erforderlich.
- Es sollen Verbindungen geschaffen werden zwischen Produzenten und Gewerkschaften aus Süd und Nord. Es werden mehr Kriterien sowie Kontrolle für die Händler im FLO-System und vor allem Entwicklungskriterien für Händler gefordert.
- MISEREOR soll die FLO-Standard-Entwicklung bzw. Die Produktstrategie aus der Studie „Fairer Handel – Option für die Armen?“ weiter beobachten. Eine Folgestudie vor Ort wäre wünschenswert.
- Die GEPA soll auch weiterhin mit Kleinstorganisationen zusammenarbeiten.

Zusammenwirken Fairer Handel und Entwicklungszusammenarbeit (EZ):

- Der Süd-Süd-Handel muss gestärkt werden.
- Das Bewusstsein für sozial verträglich hergestellte Produkte muss auch im Süden gestärkt werden, u. a. durch staatliche Hilfe (GIZ, Governance) oder EZ-Projekte.
- Eine vermehrte Einbindung deutscher Unternehmen in die Stärkung lokaler Strukturen im Süden wird gewünscht (CSR-Aktivitäten, Nord-Süd-Produzenten-Dialog, direkte Handelsbeziehungen).
- Die Identifizierung von Märkten für Kleinbauernorganisationen und Unterstützungsmaßnahmen vor Ort sind notwendig, sowohl auf FLO-Ebene, als auch in Form von Kooperationen mit NGOs in Produzentenländern.
- Die Vorteile von Genossenschaften müssen herausgearbeitet und Produzenten gefördert werden.

Politisch:

- Die politische Arbeit der Produzenten muss gestärkt werden: Wer kann vor Ort die Leistungen unserer Handelspartner „sichtbar“ machen? Wertschätzung vor Ort wird gefordert.
- Ein Ausbau der Infrastruktur soll durch Einwirkungen auf die Regierung durch Partner vor Ort erreicht werden.
- Eine Utopie sähe so aus: Der Faire Handel wird gesetzlich so gefördert wie z. B. nachhaltig wirtschaftende Energieversorger über das EEG (Erneuerbare-Energien-Gesetz).
- Organisationen des Fairen Handels müssten stärker beim BMZ lobbyieren.

Wirtschaft:

- Entwicklungskriterien für Händler müssen festgelegt werden!
- Man sollte auch deutsche mittelständische Unternehmen stärker einbinden und Unternehmensverantwortung einfordern. Allerdings muss hier zunächst sensibilisiert werden!
- Die Anforderungen an Eigenmarken von Ketten müssen erhöht werden.

Fair-Handels-Bewegung:

- Fairer Handel sollte vom Produzenten bis zum Verkäufer gelten (auch die Bezahlung der Verkäufer ist mitzubedenken).
- Die Bildungsarbeit für Mitarbeitende in Weltläden ist stärker zu berücksichtigen.
- Man muss realisierbare Lösungen suchen; es sollte Schluss gemacht werden mit der Realo-Fundi-Diskussion in der FH-Bewegung.
- Städtepartnerschaften sind wünschenswert.
- Man könnte Fairtrade-Towns im Süden schaffen!

2. Transparenz und Berichtspflichten

- Was heißt eigentlich Transparenz für den Fairen Handel?
- Eine Kampagne zur Verbraucheraufklärung sollte über Herkunft der Produkte, Lieferkette und Produzenten informieren.
- Um seiner Vorbildfunktion nachzukommen, sollte der Weltladen seine Lieferkette offenlegen.
- Man könnte einen Vergleich von Fairtrade und konventionellen Akteuren anhand von Indikatoren erstellen.
- Verhaltensweisen von Unternehmen und Lieferanten müssen aufgedeckt und kommuniziert werden.



Politische Maßnahmen:

- Kennzeichengesetze könnten z. B. eine Fair-Trade-Ampel auf Produktverpackungen einführen.
- Es muss ein Kriterienkatalog für Transparenz erstellt werden,
- Expertenwissen muss auf verständliche Weise heruntergebrochen und verbreitet werden.
- Transparenz-Instrumente sollten verbindlich gemacht werden.
- Als Basis einer einheitlichen Berichterstattung wäre eine übergreifende Einigung auf Fair-Trade-Standards nützlich.

Fairhandelsbewegung:

- Weltläden sollten verstärkt Kirchengemeinden einbeziehen.

3. Handels – und Agrarpolitik

Zusammenfassend:

- Grundsätzlich ist der Faire Handel hier in einer sehr guten Position und hat eine Vorbildfunktion inne.
- Fairer Handel erfolgt nah am Konsumenten, für die Endabnehmer besteht immer noch die Möglichkeit des Boykotts.

- Eine zentrale Rolle spielt das Fairtrade Advocacy Office in Brüssel, die Abgeordneten des EU-Parlaments stehen den Themen des Fairen Handels aufgeschlossen gegenüber und müssen noch viel stärker eingebunden und gefordert werden.
- Kleinbäuerliche Landwirtschaft muss auch im Norden gestärkt werden, auch durch Fairhandelsorganisationen.
- Fairer Handel sollte als Best practice Beispiel hervorgehoben werden, auch von NGOs

Politische Maßnahmen:

- Sollen die WTO-Verhandlungen weitergeführt werden? Wenn ja, mit welchen Regeln?
- Als Ergebnis der Fachtagung könnte ein Appell an EU-Abgeordnete formuliert werden, im Sinne des Fairen Handels in der Agrarpolitik abzustimmen.
- Politiker – auf nationaler wie auf EU-Ebene – müssen davon überzeugt werden, Anreize für nachhaltiges Produktmanagement zu schaffen. Dies führt zu einer Win-win-Situation: Förderung einer Nachhaltigkeitspolitik gepaart mit einer steigenden Konsumentenzahl bei Bio- und/oder Fairhandelsprodukten.
- Regierungen in Entwicklungsländern sollten den Fairen Handel unterstützen.



Fairhandelsbewegung:

- Die Pressearbeit muss darauf hinweisen, dass z. B. Herr Niebel an unserem Thema nicht interessiert ist. Es wird nicht anerkannt, dass wir Wichtiges zur Agrar- und Handelspolitik zu sagen haben.
- Abgeordnete des Bundestags sowie des EU-Parlaments müssen persönlich angeschrieben werden – mit positivem Inhalt.
- Handels- und Agrarpolitikfachleute sollen im Forum Fairer Handel mitarbeiten.
- Die Fairhandelsbewegung sollte sich aktuellen Bündnissen anschließen (z. B. in der EU-Agrarpolitik).
- Wichtig ist die Vernetzung der Initiativen, um so mit einer Stimme sprechen zu können.
- Wahlprüfsteine als Aktionsmodell zur Bundestagswahl sind anzudenken.
- Eine stärkere Zusammenarbeit mit dem Fairtrade-Advocacy-Büro in Brüssel wäre sinnvoll.

- Produktions- und Vertriebsstrukturen müssen am konkreten Fairtrade- bzw. konventionellen Produkt veranschaulicht werden, um so zur Aufklärung der Konsumenten komplexe Inhalte verständlich zu machen.
- Nicht zu vergessen ist Boykott als Element im Einsatz für den Fairen Handel.



Unternehmen:

- Bei Handelsketten muss man Prozesse hin zu Fairem Handel einfordern, über den Verkauf von Produkten hinaus.

4. Supermarktmacht

Zusammenfassend:

- Beim Thema Bildungsarbeit und Informationsarbeit stellt sich die Frage, wie unsere Inhalte besser in Bildungsprojekte umgesetzt werden können.
- Wollen wir mit Supermärkten zusammenarbeiten? Oder wollen wir ihre Marktmacht bekämpfen, um unfairen Wettbewerb auszuschließen?
- Die FLO-Standards müssen ausgeweitet werden.
- Im Weltbananenforum könnte man gemeinsam Lösungen suchen und nicht gegeneinander arbeiten.

Supermarkt als „Partner“ oder „Gegner“?

- Wichtig ist, das generelle Ziel, die Strukturveränderungen im gesamten Lebensmitteleinzelhandel, nicht aus den Augen zu verlieren.
- Inwieweit kann ein Supermarkt als Partner für Nachhaltigkeit gesehen werden? Es bedarf einer Verpflichtung der Supermärkte, ein Produkt komplett auf Fairtrade umzustellen. Ein Verbot unfairer Praktiken sowie eine bessere Umsetzung des Kartellrechts sollte durchgesetzt werden.
- Die Konsumentenmacht wird oft verkannt! Supermärkte müssen mit ins Boot geholt werden, damit die Kleinbauern nicht mehr Risiko tragen müssen.
- Man sollte eine Debatte anstoßen, ob z. B. Marktanteile einer Supermarktkette eine gewisse Prozentzahl nicht überschreiten dürfen.

Bildungsarbeit:

- Fairer Handel braucht Bildungsarbeit. Hier spielen die Weltläden eine wichtige Rolle.

- Die Bildungsarbeit kann man unterstützen, in dem man nachfragt: Was ist nicht fair gehandelt?
- Die Lieferkette muss für die Bildungsarbeit anschaulich gemacht werden, ebenso wie für die Arbeit in den Gemeinden.

Kriterienentwicklung:

- Die Kriterien für Lizenznehmer müssen verschärft werden.
- Das Regelwerk muss man auf Abnehmer ausweiten und *bonded contracts* verhindern.
- Fairer Handel als Benchmark, TransFair als Siegel, GEPA als Importeur, Weltladen als Händler.

Politische Arbeit:

- Die Stärkung der Supermarktinitiative muss vorangetrieben werden.
- Es bietet sich an, die Weltladenkampagne zum Thema zu machen.
- Wichtig ist ebenso Lobbyarbeit auf Bundesebene wie Aktionen an der Basis.
- Man sollte die Gewerkschaften mit ins Boot holen.

Schlusswort von MISEREOR:

Ein großes Dankeschön an alle Teilnehmenden, die Referentinnen und Referenten, die Dolmetscherinnen und die Kooperationspartner für die spannenden Diskussionen und die Unterstützung!

Die Ergebnisse der Workshops und des Worldcafés werden festgehalten und an die Teilnehmenden versandt. Sie fließen ein in die Weiterarbeit zum Thema bei MISEREOR in Zusammenarbeit mit den Kooperationspartnern. Die Diskussion soll weiter gehen!

Redaktion:

Gundis Jansen-Garz, Sussan Ipaktschi, Benjamin Luig

Mit herzlichem Dank an Ronald Matscheroth vom Puerto Alegre e.V. in Frankfurt/Oder für das Protokoll zu Workshop 2!

Fotos:

Gundis Jansen-Garz/Welt&Handel, Stephan Stricker /MISEREOR

Veranstalter und Herausgeber der Dokumentation:

Bischöfliches Hilfswerk MISEREOR e.V.

www.misereor.de

Anhang:

I. Interview mit Adela Torres

Das Interview führte Gundis Jansen-Garz, Redakteurin von Welt&Handel.

„Wir erwarten, dass Standards eingehalten werden!“

Adela Torres ist Generalsekretärin der kolumbianischen Gewerkschaft Sintrainago und verantwortlich für die Frauenarbeit bei COLSIBA, dem Dachverband der lateinamerikanischen Bananen- und Agrargewerkschaften. Vom 20. bis 27. Oktober war sie auf einer Rundreise unterwegs und besuchte Veranstaltungen in Prag, Bonn und Berlin. Welt&Handel sprach mit ihr am Rande der MISEREOR-Fachtagung:

W&H: Frau Torres, als Gewerkschaftsvertreterin haben Sie hauptsächlich mit Plantagenarbeiterinnen und –arbeitern zu tun. Was sind die schwerwiegendsten Vorwürfe, die Sie erheben?

AT: Die Situation auf den Bananen- und anderen Plantagen der Fruchtindustrie sind verheerend. Durch den Pestizideinsatz hervorgerufene Krankheiten, Gewerkschaftsverfolgungen und schlechte Arbeitsbedingungen prägen mehr denn je den Alltag. Besonders die Situation der Arbeiterinnen hat sich verschlechtert: Ihre Schwangerschafts- und Mutterschutzrechte werden missachtet, oft gibt es Zwangsschwangerschaftstest vor der Einstellung und die Bezahlung unter Mindestlohniveau führt in vielen Familien, in denen die Frauen Hauptverdienerinnen sind, zu Armut und Hunger.

W&H: Was fordern Sie von den Verantwortlichen in Politik und Wirtschaft?

AT: Die Gesetze müssen eingehalten werden, dann wären wir schon einen Schritt weiter. Wir müssen alle zusammenarbeiten, die Gewerkschaften, die Unternehmen und die Politik. Unsere Gewerkschaftsvereinigung setzt sich ein für die Anhebung der Löhne – zumindest auf das gesetzliche Grundlohniveau –, die Sozial- und Krankenversicherung der Beschäftigten sowie die freie Gewerkschaftsorganisation.

W&H: Wie haben Sie ihre Rundreise in Prag und Deutschland empfunden?

AT: Ich bin sehr zufrieden und habe an sehr interessanten Veranstaltungen teilgenommen. Das ist für mich und meine Organisation sehr wichtig und hilfreich. Die Berichte anderer Produzenten, die ich getroffen habe, fand ich ebenfalls neu und wichtig.

W&H: Was nehmen Sie für die Arbeit in Kolumbien mit?

AT: Die Diskussionen und Begegnungen haben meine Kenntnisse über den Fairen Handel erweitert und mir geholfen, Zusammenhänge besser zu verstehen und einordnen zu können. Die Rolle der Supermärkte war mir nicht so klar, das werde ich mit meinen Kollegen sicher weiter mit Interesse verfolgen.

W&H: Was erwarten Sie von uns?

AT: Die Konsumenten müssen fair gehandelte Waren kaufen. Der Absatz unserer Produkte ist von hoher Priorität. Unterstützen Sie uns mit Initiativen und Projekten, um die Arbeits- und Sozialrechte zu verbessern! Die Vernetzung untereinander hilft sicherlich, einen Austausch zu schaffen, um auf unsere Situation hinzuweisen und unsere Probleme darzustellen.

W&H: Vielen Dank für das Gespräch!

II. Pressemeldung von MISEREOR

Supermärkte sollen Produktionsbedingungen entlang der Lieferkette offen legen

Anlässlich der Tagung „Fairness im Welthandel“ am 26. und 27. Oktober in Berlin fordert MISEREOR von Lebensmittelproduzenten und Supermarktketten, die eigenen Produktionsbedingungen offenzulegen und dies auch verbindlich von ihren Lieferanten zu verlangen. „Es muss darum gehen, Armutsstrukturen aufzuheben und Bauern und Plantagenarbeiterinnen ein menschenwürdiges Leben zu ermöglichen. Der Faire Handel allein kann den Welthandel nicht verändern, aber er kann Maßstab sein, um Lieferketten im Lebensmittelsystem insgesamt fair zu gestalten“, erklärte MISEREOR-Geschäftsführer Thomas Antkowiak in Berlin.

„Es ist begrüßenswert, dass inzwischen die großen Supermarktketten in Deutschland fair gehandelte Produkte führen. Dennoch sind Menschenrechtsverletzungen im Lebensmittelhandel immer noch die Regel“, so Thomas Antkowiak. Dies zeige eine Studie von MISEREOR und dem Südwind-Institut am Beispiel der Bananenproduktion in Costa Rica und Kolumbien. „Hungerlöhne, fehlender Gesundheitsschutz und Gewerkschaftsverbote sind auf lateinamerikanischen Bananen- und Ananasplantagen an der Tagesordnung“, sagte Adela Torres, vom Dachverband der Landarbeitergewerkschaften in Lateinamerika (COLSIBA).

Hier seien nicht nur die Supermarktketten gefragt, auch die Politik müsse die notwendigen Rahmenbedingungen schaffen. Vier „Supermarktriesen“ kontrollierten in Deutschland inzwischen 85 Prozent des Lebensmitteleinzelhandels. Mit ihrer enormen Markt-

macht setzten die Supermarktketten ihre Lieferanten aus dem Süden unter Druck, was zu Hungerlöhnen und Gewerkschaftsverboten auf Plantagen führe.

Zu Recht vermute das Bundeskartellamt deshalb eine deutliche Marktverzerrung und arbeite an einer Sektoruntersuchung. „MISEREOR fordert die Bundesregierung auf, die Durchsetzungsbefugnisse des Bundeskartellamts gegen unfaire Einkaufspraktiken der Supermärkte zu stärken und Transparenz einzufordern“, sagt Thomas Antkowiak. Dazu müsse der Faire Handel als Vorbild genutzt und unterstützt werden.

Bei der Tagung diskutierten rund 80 Teilnehmer aus der Fairhandelsbewegung und entwicklungspolitischen Organisationen mit Vertretern der Supermärkte, Politikern und Produzentenvertretern aus Kolumbien, Thailand und Nicaragua.

III. Bericht über die Tagung in Welt&Handel/Ausgabe 10/2012

Fairness im Welthandel – freiwillig oder verpflichtend?

MISEREOR-Fachtagung in Berlin fordert Supermärkte zur Offenlegung der Produktionsbedingungen in ihrer gesamten Lieferkette auf

Trotz fair gehandelter Produkte in Supermärkten und Discountern sind Menschenrechtsverletzungen, miserable Arbeitsbedingungen und katastrophale Umweltschädigungen im Lebensmittelanbau und –handel nach wie vor die Regel. Warum das so ist und welche Zusammenhänge dafür verantwortlich sind und vor allem, wie sich das ändern kann, diskutierten rund 80 Teilnehmende bei der diesjährigen MISEREOR-Fachtagung „Fairness im Welthandel“, die am 26./27. Oktober in Berlin tagte.

Deshalb fordern die Teilnehmer der Tagung Lebensmittelproduzenten und Supermarktketten auf, die eigenen Produktionsbedingungen offenzulegen und dies auch verbindlich von ihren Lieferanten zu verlangen. „Es muss darum gehen, Armutsstrukturen aufzubrechen und Bauern und Plantagenarbeiterinnen ein menschenwürdiges Leben zu ermöglichen. Der Faire Handel allein kann den Welthandel nicht verändern, aber er kann Maßstab sein, um Lieferketten im Lebensmittelsystem insgesamt fair zu gestalten“, erklärte MISEREOR-Geschäftsführer Thomas Antkowiak. „Hungerlöhne, fehlender Gesundheitsschutz und Gewerkschaftsverbote sind auf lateinamerikanischen Bananen- und Ananasplantagen an der Tagesordnung“, sagte auch Adela Torres vom Dachverband der Landarbeitergewerkschaften in Lateinamerika (COLSIBA), die in den vergangenen Wochen zu Gast bei der Kampagne Make fruit fair! war und an der Tagung teilnahm. Die Macht der Supermärkte ist enorm. Nur vier große Ketten haben mehr als 80 Prozent Marktanteil in Deutschland. „Sie könnten mit ihrer Macht zu ordentlichen Arbeits- und Lebensbedingungen beitragen“, sagte Frank Braßel, bei Oxfam zuständig für die Kampagne Mahlzeit, „aber auch für die entsprechenden negativen Auswirkungen.“ Die Podienteilnehmer kamen aber auch überein, dass nicht nur die Supermarktketten ge-

fragt sind, auch die Politik müsse die notwendigen Rahmenbedingungen schaffen. Florian Schütz, bei LIDL zuständig für Nachhaltigkeit und Fair Trade, mahnte die Teilnehmer zur Vorsicht: „Überschätzen Sie bitte die Macht der Discounter nicht. Auch wir bei LIDL sind abhängig von der Börse und vom Markt.“ Diese Argumentation ließ Benjamin Luig von MISEREOR jedoch nicht gelten: „Man kann nicht immer alles auf den Markt schieben, die Supermärkte müssen sich ihrer Verantwortung stellen.“ Zu Recht vermute das Bundeskartellamt deshalb eine deutliche Marktverzerrung und arbeite an einer Sektoruntersuchung. „Wir fordern die Bundesregierung auf, die Durchsetzungsbefugnisse des Bundeskartellamts gegen unfaire Einkaufspraktiken der Supermärkte zu stärken und Transparenz einzufordern“, sagt Thomas Antkowiak. Dazu müsse der Faire Handel als Vorbild genutzt und unterstützt werden.

Gundis Jansen-Garz