



Dachverband Entwicklungspolitik Baden-Württemberg e.V.

Linde Janke

Kirchstraße 7
73209 Heiningen
Tel.: 07161 - 49141
Fax: 07161 - 49141
linde.janke@ntsy.de

Stuttgart, 25.04.2006

Stellungnahme zur Kooperation von Lidl und TransFair

Der DEAB kritisiert die Kooperation von TransFair mit Lidl.

Erfreulicherweise wird der Faire Handel als ein Schritt für weltweite Gerechtigkeit zunehmend wahrgenommen. Damit einhergehend entwickelt sich der Faire Handel zu einem attraktiven Markt. So finden sich Faire Waren neben den Weltläden, den Fachgeschäften des Fairen Handels, mehr und mehr in Supermärkten. Die Ankündigung von LIDL in Kooperation mit TransFair, eine faire Eigenmarke in das Sortiment aufzunehmen, betrachtet der Dachverband Entwicklungspolitik Baden-Württemberg (DEAB) hingegen kritisch. Es besteht die Gefahr, dass durch die Kooperation mit Lidl die Glaubwürdigkeit und Qualität des Fairtrade-Siegels beschädigt wird. So wie Lidl sich erhofft vom Glanz des Fairtrade-Siegels zu profitieren und sein Image aufzubessern, so besteht die Gefahr, dass das „Billig-Image“ und die Profitmaximierung um jeden Preis seinen Schatten auf das Fairtrade-Siegel wirft. Erste Reaktionen von KundInnen des Fairen Handels bestätigen diese Befürchtung.

Nach unserer Ansicht kann Lidl kein akzeptabler Partner des Fairen Handels sein, solange die Bedingungen für die LieferantInnen der nicht fair gesiegelten Produkte aus dem Süden und Norden extrem schlecht sind. Allein durch seine Größe diktiert Lidl die Preise für die LieferantInnen, die sich aus Angst vor Auslistung auf billige Preise einlassen und den Druck an Zulieferer oder eigene Beschäftigte weitergeben. Wie die Kleinbauern im Süden können z.B. auch deutsche Milchbauern mit den Abnahmepreisen durch Lidl ihre Produktionskosten nicht decken (mehr Infos unter <http://www.attac.de/lidl-kampagne/>). Die „Discountierung“ im Einzelhandel verschlechtert so die Arbeitsbedingungen im globalen Süden wie im Norden. Dies lässt sich auch nicht dadurch relativieren, dass durch den Fairtrade-Aufschlag einige ProduzentInnen bessere Bedingungen erhalten. Des Weiteren sind das Recht auf Gewerkschaftsfreiheit, Mitbestimmung und die Einhaltung von ArbeitnehmerInnenrechten zentrale Forderungen des Fairen Handels. All dies enthält Lidl seinen Beschäftigten vor, wie die Gewerkschaft verdi schon mehrfach anprangerte (mehr Infos unter <http://lidl.verdi.de/>).

Wir setzen uns für weltweite Gerechtigkeit ein. Gerechtigkeit ist nicht teilbar. Sie gilt auch für die anderen ProduzentInnen/LieferantInnen von Lidl und für die ArbeitnehmerInnen bei Lidl. Deshalb gilt ihnen unsere Solidarität genauso wie den ProduzentInnen in den Ländern des Südens. Insofern ist die Erhöhung der Absatzmöglichkeiten für fair gehandelte Produkte um jeden Preis nicht die Lösung.

TransFair-Geschäftsführer Dieter Overath wird im Spiegel zitiert: „Es geht doch den Lidl-Verkäuferinnen nicht besser, wenn sie keine Fair-Trade-Produkte verkaufen.“ Dies übersieht jedoch, dass es Lidl besser geht, wenn die Firma damit ihr Image aufpolieren kann und von dem wachsenden Markt für fair gehandelte Waren profitiert. Möglicherweise ist die Einführung einer eigenen Fairtrademarke die billigere Methode, um das Image zu optimieren, als die Arbeits- und Lieferantenbedingungen zu verbessern.

Es grenzt an Blauäugigkeit, wenn TransFair in seiner Stellungnahme darauf hinweist, „... dass das TransFair-Logo nicht als Teil der Unternehmensbezeichnung von Lidl verwendet werden kann.“ Gleichzeitig schmückt in der gemeinsamen Pressemitteilung das TransFair-Siegel das Lidl-Logo im Briefkopf aufs Schönste. Auch die vereinbarte Zusammenarbeit von TransFair und Lidl bei der Werbung für die Lidl-Eigenmarke „Fairglobe“ mit Aktionswochen, Poster, Handzettelwerbung und Annoncen wird sicher dazu beitragen, dass Lidl als „faïres“ Unternehmen wahrgenommen wird.

TransFair schreibt in seiner Stellungnahme „Die Fairtrade-Produkte werden im Vergleich zu anderen Lidl Waren teurer sein, aber vermutlich gegenüber dem klassischen Lebensmitteleinzelhandel günstiger. Somit können auch diejenigen Fairtrade-Produkte kaufen, die beim Einkauf genauer auf den Preis achten müssen.“ Diese soziale Wohltat wird auf dem Rücken der ArbeitnehmerInnen und anderen LieferantInnen bei Lidl erbracht.

Lidl schreibt in seiner Pressemitteilung: „Wir erfüllen mit der Einlistung von Fairtrade-Produkten das wachsende Bedürfnis unserer Kunden nach einem verantwortungsvolleren und bewussteren Umgang mit Lebensmitteln ...“ Diesen KundInnenwunsch können wir nur begrüßen und fordern Lidl daher auf, sich im Umgang mit allen seinen LieferantInnen und ArbeitnehmerInnen verantwortungsvoll und fair zu verhalten.

Der Faire Handel der klassischen Fairhandelsorganisationen ist mehr als nur ein Preisaufschlag. Langfristige Handelspartnerschaft, Direkthandel, Vorfinanzierungen, Beratung, Ausbildung und Unterstützung der ProduzentInnenorganisationen gehören genauso dazu. Hier haben die Fairhandelsimportorganisationen und viele engagierte Menschen erheblich investiert. Von dieser Aufbauarbeit profitieren nun die konventionellen Händler ohne erweiterte Leistungen über den Mehrpreis hinaus zu erbringen.

Unklar bleibt welche Auswirkungen die Ausweitung des Fairen Handels auf die ProduzentInnen im Süden hat. Große Mengen müssen kontinuierlich lieferbar sein. Dies gefährdet unter Umständen eine langfristige Handelspartnerschaft. Hauptzielgruppe des Fairen Handels sind Kleinbauern und ihre Organisationen. Die notwendige Verfügbarkeit großer Mengen könnte dazu führen, dass verstärkt Plantagen zu Lieferanten für den Fairen Handel werden. Auch hier ist es sicher wichtig die Arbeitsbedingungen und Sozialstandards für Plantagenarbeiter durch den Fairen Handel zu verbessern. Zugleich aber dürfen die Kleinbauern nicht vom Markt verdrängt werden.

Wir kritisieren die Zusammenarbeit von TransFair mit Lidl und werden die Arbeit von TransFair weiter kritisch beobachten.

Wir verfolgen, ob im Fairen Handel ein Verdrängungswettbewerb von Kleinbauern zugunsten von Plantagen stattfindet.

Unsere Solidarität gilt den ProduzentInnen in den Ländern des Südens und damit allen ProduzentInnen/LieferantInnen von Lidl sowie den Beschäftigten bei Lidl.

Wir fordern Lidl auf, sich im Umgang mit allen seinen ProduzentInnen/LieferantInnen und ArbeitnehmerInnen verantwortungsvoll und fair zu verhalten.

Die Fairhandelsbewegung ist nun gefordert ihre hohen Standards, die über einen fairen Preis hinausgehen und ihre politischen Anliegen für einen gerechteren Welthandel verstärkt in der Öffentlichkeit zu kommunizieren.

Die Kampagnen von Verdi und attac für bessere Arbeits- und Handelsbedingungen bei Lidl unterstützen wir nachdrücklich.

Für den Vorstand des DEAB e.V.

