

Stellungnahme zur Kooperation von TransFair und Lidl



Der Weltladen Köln kritisiert die Kooperation zwischen TransFair Deutschland und dem Unternehmen Lidl. Diese Zusammenarbeit entspricht nicht unseren Vorstellungen vom Fairen Handel und schadet unseres Erachtens dem Fairen Handel insgesamt mehr, als sie unter Umständen den ProduzentInnen in den Ländern des Südens bringen kann.

Mit dem „Deckmäntelchen“ TransFair-Siegel versucht das wegen Missachtung von grundlegenden Arbeitsrechten zu Recht in der Kritik stehende Unternehmen Lidl, sich eine weiße Weste zu waschen. Es ist für uns absolut unverständlich, dass der Verein TransFair mit diesem Unternehmen eine Zusammenarbeit eingeht und dadurch das bisher gute Image des Siegels beschädigt.

Wir werden als Konsequenz aus dieser Kooperation „unser“ Produkt, den „Köln-Café“ „entsiegeln“ lassen. Wie es bereits beim „Bonn-Café“ praktiziert wird, werden wir die eingesparten Lizenzgebühren gezielt und in unserem Sinne zur Förderung des Fairen Handels einsetzen. Die anderen beteiligten Akteure der Kampagne „Rheinische Affaire“ fordern wir auf, ihre Kaffees ebenfalls zu entsiegeln.

Darüber hinaus fordern wir die alternativen Fairhandelsorganisationen auf, auf die Besiegelung zumindest der Produkte zu verzichten, die in Weltläden angeboten werden.

Wir begründen dies wie folgt:

Schaden für den inhaltlichen Wert des TransFair-Siegels und den Fairen Handel allgemein

1. Lidl ist ein Unternehmen, das radikal seine Unternehmenspraxis nach Profitabilität ausrichtet – mit all den bekannten negativen Folgen. Lidl ist dabei gemeinsam mit ALDI Trendsetter. Die Unternehmenspolitik von Lidl ist ganz offensichtlich Arbeitsrecht verachtend, undemokratisch und nicht transparent. Auch wenn es formal gesehen nicht die Aufgabe von TransFair ist, dies zu überprüfen, so ist dies doch Grund genug, aus politischen Gründen von einer so engen Zusammenarbeit (v.a. die gemeinsame Entwicklung und Bewerbung einer Eigenmarke) Abstand zu nehmen.
2. Lidl hat als Unternehmen zumindest in der für den Fairen Handel wichtigen Zielgruppe der „bewussten/kritischen“ KonsumentInnen einen schlechten Ruf. Wir fürchten, dass durch die Kooperation von TransFair und Lidl auch der Ruf und die Glaubwürdigkeit des Siegels leiden wird – und dies leider nicht zu Unrecht.
3. Nicht nur die Lieferanten und MitarbeiterInnen von Lidl sind Opfer der Marktmacht der Discounter, sondern insbesondere auch die Akteure des Fairen Handels. Auch TransFair hat in der Vergangenheit darüber geklagt, dass vor allem der Absatz fair gehandelten Kaffees sehr unter den Preisschlachten des Lebensmitteleinzelhandels und vor allem der Discounter leidet. Diese Problematik bleibt bestehen. Wir sehen es als sehr kritisch an, wenn diese „Preisspirale nach unten“ nun vermutlich auch die TransFair-gesiegelten Kaffees erfassen wird.

4. TransFair beruft sich in seinen Stellungnahmen auf das Interesse der Produzenten, möglichst breite Absatzmärkte zu erschließen. Dieses Argument greift aber zu kurz. Wir unterstellen zunächst, dass Lidl kein wirkliches politisch-inhaltliches Interesse am Fairen Handel hat, sondern ein rein wirtschaftliches. Wir unterstellen weiterhin, dass Lidl auch für die TransFair-gesiegelten Produkte nicht seine Maxime der maximalen Profitabilität aufgeben wird. Daraus ergibt sich für uns zwingend die Befürchtung, dass sehr schnell der Lidl-Einkauf gemeinsam mit den Lieferanten und TransFair-Lizenznehmern nach Mitteln suchen wird, um die teuren TransFair-Kriterien zu umgehen bzw. Druck ausüben wird, sie aufzuweichen und somit billiger zu machen. In diesem Zusammenhang sind die überaus negativen Erfahrungen zu nennen, die die hiesigen (Bio-)Milchbauern mit den Discountern machen.
5. Außerdem ist zu befürchten, dass durch die Einführung der TransFair-gesiegelten Eigenmarke im Discounter der Absatz der entsprechenden Produkte im Lebensmitteleinzelhandel zurückgehen wird. Die Folge wäre keine Ausweitung der Absatzmärkte für die Produzenten sondern die Einengung auf einen fragwürdigen Vertriebskanal und die Abhängigkeit von diesem.
6. Die Ausweitung in den Massenmarkt und die Kooperation mit multinationalen Unternehmen (hier sei auch auf die Zertifizierung von Chiquita und Nestlé verwiesen) wird zur Folge haben, dass im Kaffeebereich nur noch die ganz großen Kooperativen leistungsfähig genug sind und die Zertifizierung von Kaffeegroßplantagen der logische nächste Schritt sein dürfte. Die aktuelle Diskussion um die Aufweichung des EU-Bio-Siegels zeigt diese Richtung vor. Dies ist ein grundsätzliches Problem des Systems TransFair/FLO.

Schaden für das Qualitätsimage des Fairen Handels

Der Faire Handel, allen voran dessen klassische Importeure gepa, EL PUENTE und dwp, aber auch eng an das TransFair-Siegel gekoppelte Kampagnen wie „fair feels good“ und TransFair selber, haben in den letzten Jahren durchaus erfolgreich versucht, aus der „Not“ (zwangsläufig höherer Preis) eine „Tugend“, nämlich den Aufbau eines guten Qualitätsimages zu machen. Diese Entwicklung haben wir als Weltladen voll mitgetragen und halten sie nach wie vor für die einzig tragfähige. Unsere Befürchtung ist, dass unter dem „Discounter-Preis“ auch die Qualität der Produkte und vor allem des Leitproduktes Kaffee leiden wird und das mühsam aufgebaute Qualitätsimage, das der Faire Handel insgesamt hat, beschädigt wird.

Abschließend möchten wir betonen, dass wir die Konkurrenz durch Lidl nicht fürchten und hierin nicht der Grund unseres Ärgers liegt. Wir sehen vielmehr, dass sich eine bedauerliche Zweiteilung des Fairen Handels immer weiter manifestiert: Auf der einen Seite der gesiegelte Bereich mit verhältnismäßig moderaten Standards für den Massenmarkt und auf der anderen Seite der „klassische“ Bereich mit den „alternativen“ Akteuren und anspruchsvollen Kriterien an ihr Handeln.

Da wir unser eigenes positives Profil nicht gefährden wollen, halten wir es für erforderlich, dass wir möglichst wenig mit dem Siegel in Verbindung gebracht werden. Da alleine im Bereich Kaffee über 50% unseres Absatzes über nicht TransFair gesiegelte Produkte laufen und insgesamt nur ein kleiner Anteil unser Produkte gesiegelt sind, gehen wir davon aus, dass unser Erfolg nicht vom Siegel abhängt, aber – wie dargelegt – von diesem beschädigt werden könnte.

Köln, den 4.4.2006

Vorstand des Forum Eine Welt e.V., Trägerverein des Weltladen Köln in der Schildergasse

Kontakt

Weltladen Köln, Forum Eine Welt e.V. * Schildergasse 57 * 50667 Köln
e-mail: schildergasse@weltladen-koeln.de