Basisinfo Bananenpreisdumping

Wir fordern faire Preise für Bananen...

I.

Wöchentlich geben Aldi und LiDL einen Referenzpreis für Bananen heraus. Dieser Preis ist das knallhart kleingerechnete Angebot der Billigdiscounter – und für die Fruchtcompanies und Großhändler kaum auszuschlagen. Denn inzwischen gehen über 50% der Bananen über die Theken der großen Billigketten, ihr Angebot ist fast zwingend geworden, wollen die Anbieter nicht auf Riesenmengen sitzen bleiben.[1]

Dieser Preisdruck wird nach unten weiter gegeben – bis zu den Beschäftigten auf den Plantagen.

Dort greift z.B. die Verkleinerung der Erntetrupps um sich. Diese Kleingruppen heißen traditionell Quadrilla, weil immer Teams von vier Männern über die Plantagen zogen und erntereife Bananenbüschel ausmachten, abschlugen und zu den Sammelstellen brachten – eine harte Knochenarbeit. Die Männer werden für die Zahl der abgelieferten Bananen bezahlt. Der Leistungsdruck ist nicht gesunken – aber aus Kostengründen bestehen die Quadrillas immer häufiger nur noch aus drei Männern, die sich dafür umso schneller um ihre Gesundheit schuften. Die Arbeitszeit für immer mehr ArbeiterInnen auf den Plantagen wird ausgeweitet. Das ist nicht akzeptabel. Faire Preise für Bananen erfordern faire Verhandlungen auch in Deutschland. Dem Bananenpreisdumping muss ein Ende gesetzt werden. Zumal dieser Preis ansteckend ist! Wieder mal ist Lidl Trendsetter. Die skrupellose Verhandlungsführung der Discounter bewirkt, dass Deutschland zum absoluten Bananen-Tiefpreisland wird – um den Preis menschenwürdiger Arbeitsbedingungen.

Wir fordern: Faire Preise für Bananen!
Stoppt das Preisdumping beim Discounter-Referenzpreis! Herr Schwarz muss mit den Brüdern Albrecht und anderen Handelskettenvertretern ein Ende des Preisdumpings bei Bananen herbeiführen. Die beiden größten Discounter haben die Macht zu handeln.

Bananenargumente auch zum Punkt „Soziale Rechte weltweit achten“

II.

Zu den sozialen Rechten gehört auch das Recht der ArbeitnehmerInnen, sich zu organisieren und für ihre Rechte einzutreten - in der Lidl-Filiale in Norddeutschland ebenso wie auf der Bananenplantage in Ecuador.

Gerade dieses Land wird als Bananenlieferant immer wichtiger, weil dort ArbeitnehmerInnenrechte kaum wirksam durchgesetzt werden, die Löhne extrem niedrig liegen und die Früchte deshalb so billig dem Weltmarkt anzubieten sind.

---

1 Obwohl von dem Bananenmulti Dole wenig Gutes zu erwarten ist, der Konzern selbst üble Arbeitsbedingungen hat und keine Mitbestimmung, ist es interessant, dass der Sprecher von Dole Europe bei der internationalen Bananenkonferenz im April 2005 betonte, dass „der Aldi-Preis“ ihm Spielräume genommen habe.

Wichtige Billigmarken kommen aus Ecuador: Bonita oder Fyffes. Aber auch „die Großen“ kaufen dort: Dole, Del Monte und Chiquita.

Auch in Ecuador funktioniert Billig auf Kosten der Beschäftigten. Es regt sich aber Widerstand. Ganz ähnlich wie bei LiDL geht es den Bananen-ArbeiterInnen darum, zunächst elementare ArbeitnehmerInnenrechte durchzusetzen.[2] (*)
Ein Discounter, der in Europa Bananen verkauft, muss auch Verantwortung zeigen für die Arbeitsbedingungen am Anfang der Wertschöpfungskette. Gleichgültigkeit macht den Kampf in den Bananen-Erzeuger-Ländern um ein Vielfaches schwieriger.

Wir fordern: Lidl muss bei den Gewerkschaften seiner Zulieferer die Arbeitsbedingungen erfragen und gegenüber den Plantagenbetrieben auf die Achtung von ArbeitnehmerInnenrechten bestehen.

Mehr:

BanaFair e.V
Seit 1986 gibt es in Deutschland Bananen aus fairem Handel. Der Verein BanaFair importiert und vertreibt Bananen von Kleinproduzenten, die ihre Früchte unabhängig von multinationalen Konzernen produzieren und vermarkten. Fairer Handel mit Bananen will zu menschenwürdigen und ökologisch verträglichen Anbaubedingungen beitragen.
Darüber hinaus engagiert sich BanaFair für Verbesserungen in der Bananenproduktion allgemein und arbeitet u. a. im europäischen Bananennetzwerk Euroban und bei der Lidl-Kampagne mit: www.banafair.de oder info@banafair.de

Internationale Inspiration zur Bananen-Argumentation und Kampagnen-Arbeit:

- „Tescopoly“ in England, ein Bündnis mehrerer NGOs, hat auch die Frucht-Produktion im Visier.
- Banafair-Partner peuples solidaire startete in Frankreich eine Kampagne gegen Dole und die Supermarktkette Carrefour.

2 Zum Beispiel streitet die Federation FENACLE, in der Kleinbauern und LandarbeiterInnen organisiert sind, für ArbeitnehmerInnenrechte auf den Plantagen. FENACLE wird als „Landarbeiter-Gewerkschaft“ bezeichnet, weil sich in ihr auch Bananen-ArbeiterInnen organisiert haben. Sie unterscheidet sich dennoch von den deutschen Branchen-Gewerkschaften. In Ecuador ist die Errichtung einer „Betriebsgewerkschaft“ möglich, wenn ArbeiterInnen auf einer Plantage in einer bestimmten Mindestanzahl sich dieser Gewerkschaft anschließen.