

A5 Positionspapier des KLJB-Diözesanverbands Rottenburg-Stuttgart zum Thema „fair handeln – fair konsumieren!“

Gremium: Diözesanvorstand

Beschlussdatum: 08.03.2021

Antragstext

1 Die Diözesanversammlung möge beschließen:

2 1) Das Papier „fair handeln - fair konsumieren“ wird das Positionspapier der
3 KLJB Rottenburg-Stuttgart zum Thema „Fairer Handel“

4 2) Die Inhalte und Forderungen des Papiers werden in den Verband und nach außen
5 hin getragen. Der Diözesanvorstand verantwortet die weiteren Schritte hierzu.

6 3) Die Diözesanebene verpflichtet sich, Anschaffungen und Käufe nach den
7 Kriterien dieses Papiers vorzunehmen. Überall wo dies möglich ist, soll auf
8 regionale und/oder fair gehandelte Produkte zurück gegriffen werden.

9 Text des Papiers:

10 Wir als KLJB Rottenburg-Stuttgart setzen uns dafür ein, die Gesellschaft, sowie
11 Politik und insbesondere unsere Jugendlichen auf dem Land für die Themen
12 Nachhaltigkeit, Fairer Handel und verantwortungsbewusstes Handeln zu
13 sensibilisieren. Wir als KLJBlerInnen machen uns seit vielen Jahren auf
14 Bundesebene, im Diözesanverband, in den Bezirken und Ortsgruppen, sowie in
15 verschiedenen Arbeitskreisen und Kommissionen für Themen, die Jugendliche auf
16 dem Land betreffen, stark.

17 Wozu haben wir dieses Positionspapier erstellt? Ganz einfach – wir halten den
18 Themenkreis von Fairem Handeln, nachhaltigem Konsum etc. für unheimlich wichtig
19 und möchten hier Wissen und Erfahrung mit Euch teilen und weitergeben. Wir
20 wollen zeigen: Ihr seid nicht allein! Und nicht zuletzt könnt ihr gerade bei
21 diesem Themenkreis mit kleinen Veränderungen schon viel bewegen!

22 Es wird in diesem Papier immer wieder auf den „Fairen Handel“ Bezug genom-
23 men. Was ist das?

24 „Fairer Handel ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und
25 Respekt beruht und nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel strebt.
26 Durch bessere Handelsbeziehungen und die Sicherung sozialer Rechte für
27 benachteiligte ProduzentInnen und ArbeiterInnen – insbesondere in den Ländern
28 des Südens – leistet der Faire Handel einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung.
29 Fair-Handels-Organisationen engagieren sich – gemeinsam mit Verbraucher/innen –
30 für die Unterstützung der Produzent/innen, die Bewusstseinsbildung sowie die
31 Kampagnenarbeit zur Veränderung der Regeln und der Praxis des konventionellen
32 Welthandels.“

33 Gleichzeitig schließen wir uns der Haltung der KLJB-Bundesebene an: „Für die
34 KLJB geht Fairer Handel über die Ansätze von zertifizierenden Organisationen
35 hinaus. Fairer Handel ist eine Alternative zum derzeitig bestehenden Welthandel
36 und macht deutlich, dass es möglich ist, sozial gerecht, ökologisch verträglich
37 und wirtschaftlich tragfähig zu handeln. Der Faire Handel ist für uns mit
38 anderen Konzepten wie Regionalität oder Ernährungssouveränität vereinbar.“

39 Das heißt: Wir als KLJB wollen fair handeln und vor allem fair konsumieren! Die
40 Entwicklungen in diesem Bereich stellen uns allerdings immer wieder vor neue
41 Herausforderungen. Folgende fünf Handlungsfelder sehen wir, bei denen wir fair
42 handeln und konsumieren können:

43 - Fair konsumieren im Onlinehandel

- 44 - Fair Trade und Faire Textilien
- 45 - Fair für Tiere
- 46 - Faire Region
- 47 - Fair für die Natur

48 Im Folgenden stellen wir die Ist-Situation dar, beschreiben was wir wollen und
49 stellen Forderungen an verschiedene Akteure und Gruppen der Gesellschaft.

50 1. Fair konsumieren im Onlinehandel

51 Ist- Situation:

52 „Ein Klick- und morgen wird's geliefert, passt es nicht zu 100% kann man es
53 sogar kostenlos zurück schicken.“ So oder ähnlich wird für den Einkauf im Netz
54 geworben.

55 Hinter diesen Klicks verbergen sich jedoch zumeist die größten Onlinehändler mit
56 ihren Plattformen. Diese wachsen immer mehr und entwickeln sich zu wahren
57 Internetgiganten. Da im Internet immer mehr Waren umgesetzt werden, arbeiten
58 auch kleine und mittlere Händler daran, im Onlinehandel präsent zu sein. Oft
59 bleibt ihnen aber mangels Reichweite nichts anderes übrig, als ihre Produkte auf
60 den Plattformen ebenjener Internetgiganten anzubieten.

61 Dafür muss der Händler dem Internetgiganten sensible Daten offen legen. Dazu
62 zählen z.B. Lieferantenwege und Rechnungen. So erfährt der große Onlinehändler
63 von interessanten Artikeln zu attraktiven Konditionen, die er sich direkt
64 sichern kann. Das führt letztendlich dazu, dass das Wissen des kleinen Händlers
65 ausgenutzt und er selbst übergangen wird. Diese Geschäftspraktik wurde schon
66 häufig kritisiert und erweckt den Eindruck, systematisch betrieben zu werden.
67 Zusätzlich stehen die Internetgiganten oft in der Kritik wegen ihrer Tarif- und
68 Arbeitsbedingungen.

69 Was wollen wir:

70 Uns ist es wichtig, dass die Vielfalt des Angebots beibehalten wird. Dies geht
71 jedoch nur, wenn wir eine Vielzahl von Händlern haben, die neue Produkte
72 anbieten und das bestehende Sortiment weiterentwickeln.

73 Zudem haben wir die Vision, dass die Gesellschaft und unsere Mitglieder den
74 Trend hin zu wenigen großen Onlinehändlern hinterfragen und bewusst und fair im
75 Internet einkaufen.

76 Forderungen:

77 Wir fordern von unseren Mitgliedern, dass sie sowohl privat als auch für die
78 KLJB Rottenburg-Stuttgart die Geschäftspraktiken der großen Onlinehändler
79 hinterfragen, auf faire Vertriebswege achten und dies auch in ihrer Ortsgruppe
80 vorleben und an ihre Mitmenschen weitergeben.

81 Wir fordern von Politik und Wirtschaft, dass sie den Rahmen für einen fairen
82 Onlinehandel bereitstellen. Dies betrifft den Erhalt der Angebotsvielfalt, die
83 Arbeitsbedingungen vor Ort und den Missstand bei der Retourenvernichtung.

84 2. Fair Trade und Faire Textilien

85 Ist- Situation:

86 Täglich treffen Verbraucher Kaufentscheidungen, die für Produzenten in globaler
87 Hinsicht, insbesondere in den Entwicklungsländern, weitreichende Auswirkungen
88 haben. In den Bereichen Textilproduktion und Landwirtschaft wird das deutlich.

89 In vielen Entwicklungs- und auch in Schwellenländern werden Textilien oft unter
90 ausbeuterischen Bedingungen hergestellt . Dabei schöpfen Firmen Gewinne ab, ohne
91 gleichzeitig zur wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklung des

92 Produktionslandes beizutragen. Auch im Bereich der Landwirtschaft gibt es diese
93 Ausbeutungsmechanismen. Gegen diese Probleme versucht der „Faire Handel“
94 anzugehen. Immer mehr Menschen möchten mit ihren Einkäufen keine Ausbeutung
95 unterstützen und kaufen „faire Produkte“ ein. Diese müssen entsprechend
96 zertifiziert sein. Was aber bedeuten diese Zertifikate? „Die meisten
97 Zertifizierungen beziehen sich dabei auf Produkte bzw. auf einzelne Bestandteile
98 von Produkten und nicht auf Unternehmen insgesamt. Es ist hierbei unerheblich,
99 ob das Unternehmen in anderen Bereichen, bspw. bei der Einhaltung von
100 ArbeitnehmerInnenrechten, seiner Verantwortung gerecht wird. Auch existieren für
101 viele Bereiche, bspw. für technische Geräte, noch keine
102 Zertifizierungsmöglichkeiten. [...] Verschiedene Standards und AkteurInnen und die
103 Vielzahl von Siegeln verunsichern die KonsumentInnen. Auch unterscheiden sich
104 die verschiedenen Zertifizierungen stark in der Ausgestaltung voneinander.
105 Dadurch wird die Bewertung eines Siegels und dessen Vorstellung von Fairness
106 erschwert. Der Zertifizierungsprozess und die anschließenden Audits werden von
107 den ProduzentInnen in den Ländern des globalen Südens bezahlt. Dies stellt
108 gerade für kleine Betriebe eine große Hürde dar.“

109 Es ist also gar nicht so leicht, fair zu konsumieren!

110 Was wollen wir:

111 Wir wollen, dass fairer Konsum leichter wird! Uns ist es wichtig, dass die Ver-
112 braucher sofort erkennen, ob und zu welchem Anteil ein Produkt fair gehandelt
113 ist. Dafür verweisen wir u.a. auf den Konsumratgeber der KLJB Bundesebene, in
114 dem sich Siegel für wirklich fair gehandelte Produkte nachschlagen lassen .
115 Im Namen der KLJB Rottenburg-Stuttgart sollen ausschließlich fair gehandelte
116 Textilien angeschafft werden.

117 Forderungen:

118 Wir fordern von unseren Mitgliedern, dass sie beim Einkauf auf fair gehandelte
119 Produkte zurückgreifen, insbesondere bei Anschaffungen von Textilien und
120 Lebensmitteln.

121 Wir fordern von der Politik, dass das beschlossene Lieferkettengesetz konse-
122 quent umgesetzt wird, um die Einhaltung von Mindeststandards in Bezug auf
123 Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und die Achtung von Menschenrechten über die
124 gesamte Wertschöpfungskette eines Produkts zu garantieren.

125 3. Fair für Tiere

126 Ist- Situation:

127 Billigfleisch zu Dumpingpreisen: Dies geht jedoch immer zu Lasten des Tierwohls.
128 Um aktuell konkurrenzfähig zu bleiben, müssen Lebensmittelhändler tierische
129 Produkte zu einem billigen Preis anbieten. Das hat zur Folge, dass viele
130 Nutztiere in kürzester Zeit gemästet, nicht tierwohlgerecht und auf engstem Raum
131 gehalten werden, da sich eine artgerechtere Haltung für Landwirte oft nicht oder
132 nur begrenzt rentiert. Diese Art der Tierhaltung überschreitet keine rechtlichen
133 Grenzen, da die Mindeststandards in der Tierhaltung sehr niedrig angesetzt sind.
134 Das bedeutet, dass das Angebot von Billigprodukten oft überwiegt und in vielen
135 Supermärkten nur wenige Produkte aus „guter“ Haltung angeboten werden.

136 Was wollen wir:

137 Uns ist es wichtig, dass Nutztiere in der Gesellschaft nicht als Ware, sondern
138 als Lebewesen wahrgenommen und auch so behandelt werden. Uns ist es ebenso
139 wichtig, dass die Landwirte, wie es oft geschieht, nicht als Schuldige
140 abgestempelt werden. Durch angemessene Preise für tierische Lebensmittel wollen

141 wir erreichen, dass deren Wertschätzung in das Bewusstsein unserer Mitglieder
142 und der Gesellschaft zurückgeholt wird.

143 Forderungen:

144 Wir fordern von unseren Mitgliedern und der Gesellschaft, tierische Produkte
145 bewusster zu konsumieren, also auf die Haltung der Tiere und die Herkunft der
146 Produkte zu achten und manchmal auch auf Fleisch und/ oder tierische Produkte zu
147 verzichten. Gerade hier lohnt es sich, bei regionalen Betrieben zu kaufen, da
148 dort die Standards meist höher sind.

149 Wir fordern vom Handel, das Angebot zu überdenken und mehr tierische Pro-dukte
150 aus „guter“ Haltung anzubieten.

151 Wir fordern von der Politik so auf die Gestaltung der Preise von tierischen Pro-
152 dukten einzuwirken, dass eine tierwohlgerechte und nachhaltige Haltung für
153 Landwirte wieder attraktiver wird.

154 4. Faire Region

155 Ist- Situation:

156 Der zunehmende Onlinehandel hat eine weitere negative Schlagseite, die sich vor
157 der eigenen Haustüre auswirkt: Dörfer ohne Einkaufsmöglichkeit, teilweise
158 verwaiste Innenstädte und geschlossene Läden – mit diesen Problemen haben immer
159 mehr Kommunen zu kämpfen. Gleichzeitig schießen die Frachtmengen bei
160 Paketlieferdiensten in die Höhe. Waren werden aus Bequemlichkeit online gekauft,
161 obwohl sie im Markt nebenan ebenfalls verfügbar wären. Lebensmitteln aus Übersee
162 wird der Vorzug gegeben, weil sie billiger produziert und/oder das ganze Jahr
163 über zu haben sind.

164 Auch hier setzt ein begrüßenswerter Gegentrend ein, nämlich regional und (bei
165 Lebensmitteln) saisonal zu kaufen. Das bedeutet, z.B. Lebensmittel aus dem
166 näheren Umkreis zu kaufen und bei der Auswahl darauf zu achten, was gerade
167 verfügbar ist. Wer fair handeln und konsumieren möchte, kann dies hervorragend
168 tun, indem er regional und saisonal einkauft.

169 Leider ist aber nicht alles „regional“, wo regional draufsteht.

170 Der Konsument wird durch das Wort „regional“ zum Kauf verleitet, dabei ist der
171 Begriff „regional“ nicht genau definiert. Oft stammen nur Teile des Produkts aus
172 der Region oder der Verpackungsschritt wird in der Region durchgeführt.

173 Was wollen wir:

174 Uns ist es ein Anliegen, dass die Konsumenten anfangen abzuwägen: Wo ist es
175 sinnvoll auf fair gehandelte Produkte mit einem weiten Anfahrtsweg zurück zu
176 greifen, und wann ist es besser regionale Produkte zu kaufen.

177 Uns ist es wichtig, dass die Konsumenten sofort erkennen, wie viel Regionalität
178 wirklich in „regional“ gekennzeichneten Produkten steckt.

179 Wir wollen durch den Kauf von Produkten aus der Region die Wirtschaft und den
180 Einzelhändler vor Ort mit einbeziehen und unterstützen.

181 Forderungen:

182 Im Namen der KLJB Rottenburg-Stuttgart soll hauptsächlich auf regionale und
183 saisonale Produkte zurückgegriffen werden.

184 Von unseren Mitgliedern fordern wir, dass sie bei jeglichen Aktivitäten, die im
185 Namen der KLJB Rottenburg-Stuttgart stattfinden, auf regionale Produkte von
186 Einzelhändlern vor Ort (z.B. Getränkehändler, Milchtankstelle, Hofladen,...) zu-
187 rückgreifen.

188 Wir fordern von Politik und Handel, den Begriff „regional“ transparenter darzu-
189 stellen und bevorzugt regionale Produkte zu fördern.

190 Wir möchten lokale Einzelhändler dazu ermutigen, sich auf innovative Marketing-
191 und Vertriebswege einzulassen.

192 5. Fair für die Natur

193 Ist- Situation:

194 Wer fair konsumiert, handelt auch fair. Zum fairen Konsum gehört aber diese
195 Frage: Welche Folgen hat mein persönlicher Konsum? Das bedeutet, sich mit dem
196 Thema „Müll“ auseinanderzusetzen. Um es beispielhaft am Lebensalltag zu zeigen:
197 Die in Plastik verpackte Gurke, jedes zweite Jahr ein neues Handy und mit dem
198 Einweg „Coffee to go“ Becher in den Tag starten - wir produzieren Unmengen an
199 unnötigem Müll und verbrauchen Ressourcen, ohne uns über die Konsequenzen im
200 Klaren zu sein.

201 Für das neueste Modell und wenige neue Funktionen werfen wir voll
202 funktionsfähige Geräte in den Müll, dadurch werden wertvolle Rohstoffe
203 verschwendet.

204 Aus Bequemlichkeit verwenden wir häufig Einwegverpackungen anstatt Verpa-
205 ckungen, welche öfters wiederverwendet werden können.

206 Was wollen wir:

207 Uns ist es wichtig, auf nachhaltigen Konsum zu achten und dadurch unnötigen Müll
208 zu vermeiden.

209 Des Weiteren wollen wir darauf achten, alte und gebrauchte Sachen nicht achtlos
210 weg zu werfen, sondern wieder zu verwenden oder zu reparieren.

211 Wir wünschen uns, dass zukünftige Generationen nicht unter den Folgen unserer
212 Müllberge und unseres Ressourcenverbrauchs leiden müssen.

213 Wir wollen nachdrücklich auf die Aktion „keine Werbung“ und den Beschluss zur
214 Vermeidung von Kunststoffen der KLJB Bundesebene hinweisen.

215 Forderungen:

216 Wir fordern von unseren Mitgliedern, dass sie unnötigen Müll vermeiden, indem
217 sie beispielsweise auf Mehrwegverpackungen zurückgreifen, auf nachhaltigen
218 Konsum zu achten und gebrauchte Sachen wiederzuverwerten oder wiederzuverwenden.

219 Wir fordern vom Handel, auf unnötige und Doppelverpackungen zu verzichten und
220 vermehrt auf biologisch abbaubare und wiederverwendbare Verpackungen zu setzen.

221 Wir fordern von der Politik, das Thema Nachhaltigkeit nicht zu vernachlässigen
222 und weiter im Gesetz zu verankern.

Begründung

Wir als KLJB Rottenburg-Stuttgart setzen uns dafür ein, die Gesellschaft, sowie die Politik und insbesondere unsere Kinder, Jugendlichen und jungen Erwachsenen auf dem Land für die Themen Nachhaltigkeit, Fairer Handel und verantwortungsbewusstes Handeln zu sensibilisieren. Wir als KLJBlerInnen machen uns seit vielen Jahren auf Bundesebene, im Diözesanverband, in den Bezirken und Ortsgruppen, sowie in verschiedenen Arbeitskreisen und Kommissionen für Themen, die junge Menschen auf dem Land betreffen, stark.

Die Themenbereiche von Fairem Handeln, nachhaltigem Konsum etc. sind sehr wichtig. Gerade hier müssen Wissen und Erfahrung weitergegeben sowie zum Handeln ermutigt werden, da schon kleine Veränderungen viel bewegen können.