

A5NEU 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 leitet aus dem Positionspapier
6 Grundsatzentscheidungen ab, und stellt die Ergebnisse in der Frühjahr DV 2022
7 vor. Der Diözesanvorstand verantwortet die weiteren Schritte hierzu.

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

11 Text des Papiers:

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

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

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

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

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

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

- 44 handeln und konsumieren können:
45 - Fair konsumieren im Onlinehandel
46 - Fair Trade und Faire Textilien
47 - Fair für Tiere
48 - Faire Region
49 - Fair für die Natur

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

52 1. Fair konsumieren im Onlinehandel

53 Ist- Situation:

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

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

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

71 Was wollen wir:

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

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

78 Forderungen:

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

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

86 2. Fair Trade und Faire Textilien

87 Ist- Situation:

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

91 In vielen Entwicklungs- und auch in Schwellenländern werden Textilien oft unter

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

112 Was wollen wir:

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

119 Forderungen:

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

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

128 3. Fair für Tiere

129 Ist- Situation:

130 Billigfleisch zu Dumpingpreisen: Dies geht jedoch immer zu Lasten des Tierwohls.

131

132 Vor allem die großen Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels haben eine große
133 Verantwortung bezüglich der Preisgestaltung für Lebensmittel.

134 Um im breiten Markt konkurrenzfähig zu sein, sind aktuell viele LandwirtInnen
135 dazu gezwungen, ihre (tierischen) Produkte zu bedenklich niedrigen Preisen
136 abzugeben. Wenn zu niedrige Marktpreise vorherrschen kann das auch zur Folge
137 haben, dass das Tierwohl darunter leidet. Dies ist nicht nur ein ethisches,
138 sondern auch ein ökologisches und ökonomisches Problem. Die auf Niedrigpreise
139 und Lockangebote ausgerichtete Werbung des Lebensmitteleinzelhandels in
140 Deutschland ist äußerst kritisch zu sehen und muss vom Handel unterlassen
141 werden. Wenn Lebensmittel unter dem Einkaufspreis aus Marketinggründen verkauft

142 werden, führt das dazu, dass der wahre Wert der Lebensmittel in Vergessenheit
143 gerät. Das bedeutet auch, dass das Angebot von Billigprodukten oft überwiegt und
144 in vielen Supermärkten nur wenige Produkte aus „guter“ Haltung angeboten werden.

145 Was wollen wir:

146 Uns ist es wichtig, dass Nutztiere in der Gesellschaft nicht als Ware, sondern
147 als Lebewesen wahrgenommen und auch so behandelt werden. Uns ist es ebenso
148 wichtig, dass die Landwirte, wie es oft geschieht, nicht als "die Schuldigen"
149 abgestempelt werden. Durch angemessene Preise für tierische Lebensmittel wollen
150 wir erreichen, dass deren Wertschätzung in das Bewusstsein unserer Mitglieder
151 und der Gesellschaft zurückgeholt wird.

152 Forderungen:

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

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

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

163 4. Faire Region

164 Ist- Situation:

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

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

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

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

182 Was wollen wir:

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

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

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

190 Forderungen:

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

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

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

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

201 5. Fair für die Natur

202 Ist- Situation:

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

210 Für das neueste Modell und wenige neue Funktionen werfen wir voll
211 funktionsfähige Geräte in den Müll, dadurch werden wertvolle Rohstoffe
212 verschwendet.

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

215 Was wollen wir:

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

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

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

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

224 Forderungen:

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

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

230 Wir fordern von der Politik, das Thema Nachhaltigkeit nicht zu vernachlässigen
231 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.