

A5NEU2 Positionspapier des KLIB-Diözesanverbands Rottenburg-Stuttgart zum Thema „fair handeln – fair konsumieren!“

Gremium: Diözesanvorstand

Beschlussdatum: 25.03.2021

Antragstext

1 Die Diözesanversammlung möge beschließen:

2 1) Das Papier „fair handeln - fair konsumieren“ wird das Positionspapier der
3 KLIB 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 KLIB Rottenburg-Stuttgart setzen uns dafür ein, die Gesellschaft, die
13 Kirche sowie Politik und insbesondere unsere Jugendlichen auf dem Land für die
14 Themen Nachhaltigkeit, Fairer Handel und verantwortungsbewusstes Handeln zu
15 sensibilisieren. Wir als KLIBlerInnen 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 KLIB-Bundesebene an: „Für die
36 KLIB 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 KLIB 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 Fleisch zu Dumpingpreisen: Dies geht jedoch leider viel zu oft zu Lasten des
131 Tierwohls.

132

133 Um im Wettbewerb zu bestehen, bieten Lebensmitteleinzelhändler tierische
134 Produkte oft zu einem absurd billigen Preis an. Der Verbraucher greift
135 überwiegend zu Billigfleisch, ohne sich über die Folgen seines Konsumverhaltens
136 bewusst zu sein.

137 Der Preisdruck für tierische Produkte führt dazu, dass die Erzeugerpreise für
138 Landwirte oft nicht ausreichend rentabel sind. Als Konsequenz werden Nutztiere
139 innerhalb kürzester Zeit auf engstem Raum gemästet und das Tierwohl bleibt auf
140 der Strecke. Landwirte können allein durch die Erzeugerpreise des freien Marktes
141 nicht wirtschaftlich arbeiten und sind auf EU-Subventionen angewiesen. Von der

142 derzeitigen Förderstruktur profitieren jedoch vor allem Großbetriebe, welche
143 ohnehin schon rein vom Profit getrieben sind. Kleine landwirtschaftliche
144 Betriebe stehen unter enormen Preisdruck und werden dadurch sukzessive vom Markt
145 verdrängt.

146 Die Folge des Konsumverhaltens der Verbraucher, der Förderpolitik der EU, sowie
147 der Preiskampf im Lebensmittelhandel ist ein Wandel von einer bäuerlich
148 geprägten Landwirtschaft hin zu einer Agrarindustrie, bei der die niedrigen
149 gesetzlichen Mindeststandards bei der Tierhaltung radikal ausgenutzt werden und
150 der Profit im Vordergrund steht.

151 Was wollen wir:

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

158 Forderungen:

159 Wir fordern von unseren Mitgliedern und der Gesellschaft, tierische Produkte
160 bewusster zu konsumieren, also auf die Haltung der Tiere und die Herkunft der
161 Produkte zu achten und manchmal auch auf Fleisch und/ oder tierische Produkte zu
162 verzichten. Zudem möchten wir dazu animieren, direkt mit Landwirten aus der
163 Umgebung in Kontakt zu treten und sich über das Thema Landwirtschaft und
164 Lebensmittelerzeugung zu informieren.

165

166 Wir fordern vom Handel, das Preisdumping für tierische Produkte zu beenden und
167 das Sortiment dahingehend anzupassen, dass dem Verbraucher mehr Produkte aus
168 "guten Haltungsbedingungen" angeboten werden.

169

170 Wir fordern von der Politik die gesetzlichen Rahmenbedingungen und
171 Förderrichtlinien für Subventionen so zu setzen, dass sich eine tierwohlgerichte
172 und nachhaltige Haltung für die Landwirte auszahlt.

173 4. Faire Region

174 Ist- Situation:

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

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

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

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

192 Was wollen wir:

193 Uns ist es ein Anliegen, dass die Konsumenten anfangen abzuwägen: Wo ist es
194 sinnvoll auf fair gehandelte Produkte mit einem weiten Anfahrtsweg zurück zu
195 greifen, und wann ist es besser regionale Produkte zu kaufen.
196 Uns ist es wichtig, dass die Konsumenten sofort erkennen, wie viel Regionalität
197 wirklich in „regional“ gekennzeichneten Produkten steckt.
198 Wir wollen durch den Kauf von Produkten aus der Region die Wirtschaft und den
199 Einzelhändler vor Ort mit einbeziehen und unterstützen.

200 Forderungen:

201 Im Namen der KLJB Rottenburg-Stuttgart soll hauptsächlich auf regionale und
202 saisonale Produkte zurückgegriffen werden.
203 Von unseren Mitgliedern fordern wir, dass sie bei jeglichen Aktivitäten, die im
204 Namen der KLJB Rottenburg-Stuttgart stattfinden, auf regionale Produkte von
205 Einzelhändlern vor Ort (z.B. Getränkehändler, Milchtankstelle, Hofladen,...) zu-
206 rückgreifen.
207 Wir fordern von Politik und Handel, den Begriff „regional“ transparenter darzu-
208 stellen und bevorzugt regionale Produkte zu fördern.
209 Wir möchten lokale Einzelhändler dazu ermutigen, sich auf innovative Marketing-
210 und Vertriebswege einzulassen.

211 5. Fair für die Natur

212 Ist- Situation:

213 Wer fair konsumiert, handelt auch fair. Zum fairen Konsum gehört aber diese
214 Frage: Welche Folgen hat mein persönlicher Konsum? Das bedeutet, sich mit dem
215 Thema „Müll“ auseinanderzusetzen. Um es beispielhaft am Lebensalltag zu zeigen:
216 Die in Plastik verpackte Gurke, jedes zweite Jahr ein neues Handy und mit dem
217 Einweg-„Coffee to go“-Becher in den Tag starten - wir produzieren Unmengen an
218 unnötigem Müll und verbrauchen Ressourcen, ohne uns über die Konsequenzen im
219 Klaren zu sein.
220 Für das neueste Modell und wenige neue Funktionen werfen wir voll
221 funktionsfähige Geräte in den Müll, dadurch werden wertvolle Rohstoffe
222 verschwendet.
223 Aus Bequemlichkeit verwenden wir häufig Einwegverpackungen anstatt Verpa-
224 ckungen, welche öfters wiederverwendet werden können.

225 Was wollen wir:

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

228 Des Weiteren wollen wir darauf achten, alte und gebrauchte Sachen nicht achtlos
229 weg zu werfen, sondern wieder zu verwenden oder zu reparieren. Hierbei sollte
230 die "Pyramide des Nachhaltigen Konsums" der Zero-Waste-Bewegung als Anhaltspunkt
231 für unser eigenes Handeln dienen, die folgende Schritte vorsieht:

- 232 1.) Nutze, was du hast
- 233 2.) Repariere, was du hast
- 234 3.) Mach selber
- 235 4.) Leihe aus
- 236 5.) Tausche
- 237 6.) Kaufe gebraucht
- 238 7.) Kaufe neu (regional, fair, ökologisch).

239 //Hier sollte eine Fußnote stehen, welche auf Pyramide verweist

240 Des weiteren ist uns wichtig, dass Rohstoffe jeglicher Art fachgerecht recycelt

241 werden. Und dadurch eine Verschwendung von Rohstoffen durch uns und unseren
242 Mitgliedern minimiert wird.

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

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

247 Forderungen:

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

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

253 Wir fordern von der Politik, das Thema Nachhaltigkeit nicht zu vernachlässigen
254 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 jun-gen 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 Diöze-sanverband, 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.