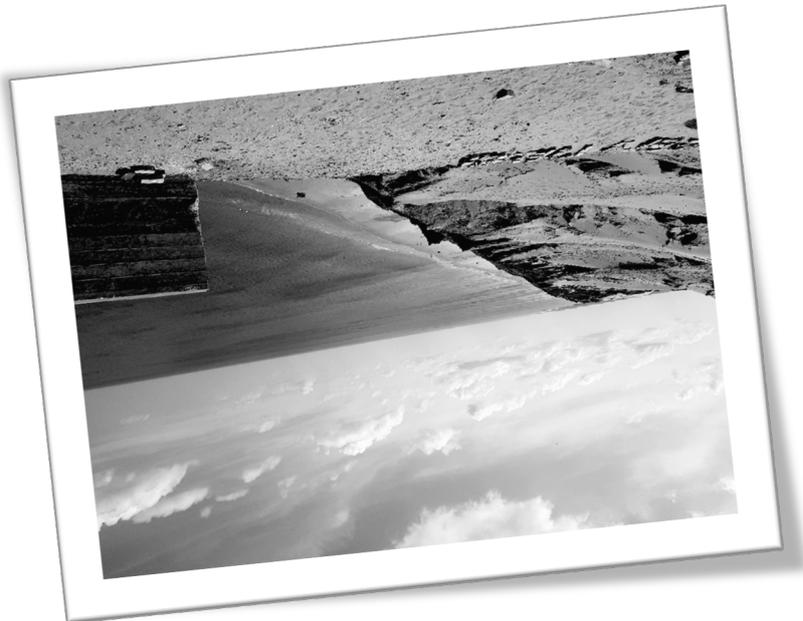


# Verkehrte Welt - Teil 2/3

## Ausbeuterische Produktion muss in Zukunft teurer sein als faire!

Lisa Muhr, Blogpost vom 16. November 2020 auf <https://gdg-fair.trade/blogs/news/verkehrte-welt-teil-2-3>



In unserem ersten Blogbeitrag zum Thema „Verkehrte Welt...“ am 23. Oktober habe ich die Behauptung aufgestellt, dass es möglich sein sollte, die Rahmenbedingungen unseres Wirtschaftens im globalen Kontext so zu verändern, dass fair hergestellte Produkte eines Tages günstiger werden können als ausbeuterisch hergestellte. Wie das gelingen könnte, sehen wir uns im heutigen zweiten und im letzten dritten Teil (nächste Woche) unserer Gedankenreise „Verkehrte Welt“ an:

Um das große Ziel zu erreichen, müssen einige Faktoren zusammenspielen. Eine Maßnahme alleine reicht dazu nicht aus. Und wir brauchen den Mut der Politik, neue gesetzliche Rahmenbedingungen festzulegen, die die Erreichung dieses hohen Ziels ermöglichen. Fangen wir also mit unserer Gedankenreise an:

Im Moment gibt es de facto keine Regeln, wie Produkte aus dem außereuropäischen Raum, die nach Europa importiert werden, beschaffen sein müssen. Es gilt das sogenannte „Ursprungs- oder Herkunftslandprinzip“: Unternehmen müssen die gesetzlichen Regeln des Landes einhalten, in dem sie produzieren. Das Ergebnis sind höchst umweltschädliche Billigstprodukte, hergestellt in den Ländern des Südens von Menschen, die unter katastrophalen sozialen Zuständen arbeiten und existieren müssen (siehe Blogbeitrag „Warum Mindestlöhne im Süden nicht zum Leben reichen“ vom 8. Oktober).

Im Gegensatz dazu müssen alle Unternehmen, die innerhalb Europas produzieren, strenge Auflagen wie zum Beispiel eine REACH Chemikalienverordnung, arbeitsrechtliche und kollektivvertragliche Standards und viele sonstige rechtliche Vorschriften erfüllen. Das verzerrt den Wettbewerb, ruiniert das Preisgefüge und benachteiligt europäische Produktionsstandorte immens. Kein Wunder, dass viele

Betriebe in Europa schließen und ganze Branchen wie zum Beispiel die Textilindustrie am Sterben sind. Der neue Trend zur Regionalität wird dieses Ungleichgewicht nicht alleine wett machen können.

### „CODE OF PRODUCT“ zur Relativierung des Preisgefälles

Wenn Betriebe und Branchen, die sich im internationalen, globalen Wettbewerb befinden, in Europa bestehen bleiben sollen, muss diese Schieflage korrigiert werden. Dafür braucht es mehrere Schritte. Der erste Schritt ist die Schaffung von gleichen Voraussetzungen und Auflagen für die Produktbeschaffenheit: **ALLE** Produkte, egal, ob sie innerhalb von Europa produziert werden oder aus dem außereuropäischen Raum in den europäischen Markt importiert werden, sollten die gleichen Mindeststandards erfüllen müssen - festgeschrieben in einem sogenannten „**CODE OF PRODUCT**“ (COP). Die Mindeststandards könnten auf die jeweiligen Produktgruppen bzw. Branchen zugeschnitten sein und müssten im Rahmen von Expert\*innen/Stakeholder\*innen Prozessen erarbeitet werden. Eine branchenübergreifende, verpflichtende Mindestbasis sollte für alle gelten:

- Einhaltung der ILO Kernarbeitsnormen entlang der gesamten Produktionskette
- Einhaltung aller Vorgaben aus der REACH Chemikalienverordnung entlang der gesamten Produktionskette
- Transparente Listung **ALLER** Zutaten am Produkt (wie jetzt schon bei allen Lebensmitteln und Kosmetik)
- Transparente Listung **ALLER** Produktions- und Zulieferbetriebe entlang der gesamten Produktionskette (Tracking, QR Code)

Wenn Produkte, die im Süden für den europäischen Markt produziert werden, zwingend diese Mindeststandards einhalten müssten, würde sich das Preisverhältnis zu den europäischen Produkten relevant verändern. Wir hätten Produkte auf dem europäischen Markt, die sowohl einer Ökobilanz im Sinne der Klimaziele als auch einer Sozialbilanz im Sinne der Menschenrechte (für die Arbeiter\*innen im Süden) viel mehr entsprechen würden als die billigen Wegwerfprodukte von heute. Auf das Argument, dass sich viele Menschen Konsum dann nicht mehr leisten könnten, gibt es komplexe Antworten, die den Rahmen dieses Blogbeitrages sprengen würden. Wir werden aber in einem späteren Beitrag noch darauf zurückkommen.

Wir können anderen Ländern nicht vorschreiben, welche Gesetze und Auflagen sie festschreiben. Aber wir können in Europa mutig voranschreiten und festlegen, welche Auflagen Produkte erfüllen müssen, die hier bei uns gehandelt und verkauft werden dürfen. Der **CODE OF PRODUCT** könnte ein erster Schritt am Weg zu einer neuen Preisgestaltung von Produkten sein, bei der öko-faire Herstellung vor Ausbeutung steht.

Der **CODE OF PRODUCT** könnte ein relevanter Beitrag zur weltweiten Erreichung des 1,5 Grad Klimaziels sein. Europa müsste sich trauen, diesen mutigen Schritt im Weltmarkt zu setzen in der Überzeugung, dass in Zeiten der Klimakrise andere Nationen und Kontinente ähnliche Maßnahmen ergreifen werden müssen. Es bleibt uns gar nichts anderes übrig, wenn wir auf diesem Planeten überleben wollen. Es ist eine Frage der Zeit, wer den ersten Schritt setzt.

## „CODE OF PRODUCT“ reicht aber noch nicht

Der **CODE OF PRODUCT** wird mit seinen Mindestanforderungen allein jedoch nicht in der Lage sein, das Ungleichgewicht am sogenannten "freien" Markt komplett auszugleichen. Um das große Ziel (die Vision der Göttin des Glücks) zu erreichen, dass fair hergestellte Produkte eines Tages tatsächlich günstiger am Markt angeboten werden können als ausbeuterisch hergestellte, bräuchte es noch zusätzliche, wesentliche Veränderungshebel, die wir uns nächste Woche im dritten und letzten Teil unserer Gedankenreise „Verkehrte Welt...“ ansehen werden.

Ich freu mich auf euch und eure Meinung.  
Eure



Lisa Muhr

## „CODE OF PRODUCT“ statt „Code of Conduct“ – die Hintergründe

Der Begriff **CODE OF PRODUCT (COP)** existiert offiziell nicht, sondern ist eine politische Forderung meinerseits. Der **COP** ist eine Anspielung an den bekannten "Code of Conduct", der von vielen Unternehmen eingesetzt wird, leider oftmals mehr für Greenwashing- Aktivitäten \*) als für ernst gemeinte CSR (Corporate Social Responsibility) im Kerngeschäft. Denn der „Code of Conduct“ ist eine freiwillige Auflistung an Aktivitäten, die ein Unternehmen unternimmt, um nachhaltig zu agieren. Es gibt dazu keinen einheitlichen Standard, keine Verpflichtung zu Mindeststandards bzw. zur nachweislichen Erfüllung der selbst auferlegten Standards. Die Konsequenz daraus ist, dass sich viele Unternehmen nicht einmal an den eigenen „Code of Conduct“ halten, obwohl sie ihre Aktivitäten in schillernden Darstellungen auf ihren Websites präsentieren. Oftmals missbrauchen Unternehmen den „Code of Conduct“ für strategische „Greenwashing“ Aktivitäten \*), das heißt, sie stellen sich „grüner“ dar als sie sind, um daraus Kapital zu schlagen. Ein „Code of Conduct“ stellt also keine Qualitätssicherung dar und kann daher weder ein Maßstab für Glaubwürdigkeit noch für Transparenz im Sinne von ehrlicher und ganzheitlicher Nachhaltigkeit sein. Es gibt zahlreiche Dokumentationen über die missbräuchliche Verwendung des "Code of Conduct" bzw. die "Greenwashing" Aktionen\*), die namhafte Unternehmen damit tätigen – siehe die Texte der Clean Clothes Campaign.

Der **CODE OF PRODUCT (COP)** soll im Gegensatz dazu tatsächliche Transparenz sowie soziale und ökologische Mindeststandards für ausnahmslos alle Produkte gewährleisten, die am europäischen Markt gehandelt und verkauft werden dürfen.

\*) Was „Greenwashing“ genau bedeutet und wie man es erkennt, werden wir uns in einem anderen Blogbeitrag noch genau ansehen.