

Woher kommen mein T-Shirt, mein Orangensaft und mein Hähnchen?

Die Waren in unseren Geschäften stammen teilweise oder vollständig von Plantagen oder aus Fabriken irgendwo auf der Welt. Baumwolle wird in Usbekistan gepflückt, Orangen werden in Brasilien geerntet, Kleider in Bangladesch genäht und Hähnchen in Thailand geschlachtet.

Oft wird Land enteignet, um in großen Monokulturen Orangenbäume, Ölpalmen und Zuckerrohr anzubauen. Diese Art der Landwirtschaft laugt die Böden aus. Sie erfordert auch einen hohen Einsatz von Pestiziden, die das Grundwasser verschmutzen (Ebene 1). Für die Arbeit auf Plantagen und in Fabriken werden so niedrige Löhne gezahlt, dass das Geld nicht

zum Leben reicht. Bei Schmerzen verschreiben die betriebsinternen Ärzt*innen oft einfach Schmerztabletten, damit die Arbeiter*innen weitermachen können (Ebene 2).

Die Gründung von Gewerkschaften und die Forderung nach Verbesserungen der Arbeitsbedingungen sind mit hohem Risiko verbunden. Streiks werden oft gewaltsam unterdrückt (Ebene 3). Es gibt aber mutige Arbeiter*innen, die mit Unterstützung internationaler Partnerschaften und unter hohem Risiko für Verbesserungen der Arbeitsbedingungen kämpfen.



Elif arbeitet seit mehr als 10 Jahren als Näherin in der Türkei. Sie muss ständig Überstunden machen und arbeitet auch am Wochenende, weil der Lohn so niedrig ist.



Juan pflückt zwei Tonnen Orangen pro Tag für umgerechnet 10 Euro. Er arbeitet in der fünften Saison auf einer Orangenplantage in Südbrasilien und hat weder eine Krankenversicherung noch einen Arbeitsvertrag.



Sokhan arbeitet seit acht Jahren als Näher in Kambodscha. Er hat versucht, eine Gewerkschaft zu gründen, um die Missstände in der Fabrik zu bekämpfen und hat deshalb seinen Job verloren.

Es ist nicht alles Gold, was glänzt.

Kaufrausch im Konsumtempel. Riesige Kaufhäuser und große Supermärkte bieten, was das Herz begehrt, rund um die Uhr und zu Preisen, bei denen man einfach zugreifen muss. Versprechen wie „Super billig“, „Nur heute im Angebot“ und „Zahl 2, nimm 3“ geben den Konsument*innen das Gefühl, wahre Schnäppchen jagen zu können (Ebenen 4 und 5). Dabei landet heute fast jedes dritte noch genießbare Lebensmittel im Müll. Bei den Werbeversprechen und vollen Regalen fällt es aber auch schwer, an die Hersteller*innen der Produkte und an die Auswirkungen auf die Umwelt zu denken, die hier in der globalen Fabrik dargestellt sind.

Und wenn wir doch etwas Nachhaltiges einkaufen wollen, greifen wir zu Produkten mit „fairen“- oder Bio-Siegeln, von denen es mittlerweile eine unüberschaubare Vielzahl gibt (Ebene 3). Aber welche Siegel stehen für ernstzunehmende soziale und ökologische Produktion? Und wann handelt es sich lediglich um Feigenblätter, die das Image der Unternehmen verbessern sollen? Es ist gar nicht so einfach sich im Labellabyrinth zurecht zu finden. Und geht es nur um „besseren“ Konsum oder müssen sich nicht die Bedingungen in den Produktionsketten grundsätzlich verändern?



Emma besorgt nach der Arbeit im Büro den Einkauf für die Woche. Sie ist froh, dass sie heute allein unterwegs ist. So kann sie sich ein paar Produkte genauer angucken, ohne dass die Kinder sie quengelnd zum Süßigkeitenregal ziehen.



Maria arbeitet seit 15 Jahren im Supermarkt. Sie hat nur einen Teilzeitvertrag. Für 450 Euro steht sie ständig auf Abruf bereit, um an der Kasse einzuspringen.



Oscar hat wieder ein Schnäppchen gekauft. Nun hat er ein neues Smartphone, obwohl er schon letzten Monat eins gekauft hat. Aber bei dem Preis musste er einfach zuschlagen.

Die SUPPLY CHA:NGE Kampagne

Supermärkte setzen seit Jahren verstärkt auf Eigenmarken. Mittlerweile kaufen zwei Drittel aller Kund*innen regelmäßig die preisgünstigeren Produkte. Der Umsatz im Einzelhandel mit Eigenmarken kletterte so auf über 40 Prozent. Würden diese Eigenmarken nachhaltiger produziert, hätte das einen positiven Effekt auf die Umwelt und die Lebens- und Arbeitsbedingungen in Ländern des Globalen Südens. Doch die Realität ist eine andere: Ausbeutung zum Dumpingpreis ist in den Fabriken und auf den Plantagen Alltag.

Hier setzt die SUPPLY CHA:NGE Kampagne an: Supermärkte müssen Verantwortung für ihre Lieferketten übernehmen! Für eine gerechtere Welt und eine ökologischere Zukunft.

Ausführliche Informationen unter www.supplycha:nge.org

Helft uns mit Eurer Spende die Stimmen der Arbeiter*innen hörbar zu machen! Darlehenskasse Münster IBAN: DE67 4006 0265 0003 1122 00 Stichwort: SUPPLY CHA:NGE

SUPPLY CHA:NGE MAKE SUPERMARKETS FAIR

Die Christliche Initiative Romero

Die Christliche Initiative Romero e.V. (CIR) setzt sich seit 1981 für Arbeits- und Menschenrechte in Mittel- und Südamerika ein. Schwerpunkt ihrer Arbeit ist die Unterstützung von Basisbewegungen und Organisationen in Nicaragua, El Salvador, Guatemala, Honduras und Brasilien sowie die Kampagnen- und Bildungsarbeit in Deutschland. Ziel ist, eine Brücke zwischen Ländern des Globalen Südens und Deutschland zu schlagen. Im Sinne ihres Namensgebers, des 1980 ermordeten salvadorianischen Erzbischofs Oscar Romero, setzt sich die Christliche Initiative Romero gegen Ungerechtigkeitsverhältnisse ein und ergreift Partei für die Armen.

Ausführliche Informationen unter www.ci-romero.de



MACH MIT!

Und Action!

Bienen vertreiben die geldgierigen und rücksichtslosen Geier. Die Bienen symbolisieren die Alternativen. Es gibt sie überall: Viele verschiedene Aktivitäten, mit denen wir lokal, regional und unkompliziert anders wirtschaften können.

Mischen wir uns ein! Engagieren wir uns beim Ausbau solidarischer Alternativen: Die Welt von morgen kommt nicht von alleine – sie wird von uns gemacht!

Das könnt Ihr tun:

- In Supermärkten und Discountern nachfragen, woher die Produkte kommen.
- Protestaktionen unterstützen oder Petitionen unterzeichnen (www.ci-romero.de/protestaktionen-appelle).
- Werbe-Persiflagen und andere kostenlose Materialien bestellen und verteilen (www.ci-romero.de/shop).
- Mit Freund*innen und Bekannten über das Gelesene sprechen.
- Referent*innen zu den Themen einladen (www.ci-romero.de/presse_ansprechpartner).
- Eigene Forderungen aufschreiben und twittern (#makeSupermarketsFair) oder fotografieren und an die CIR senden (ci@ci-romero.de).
- Politiker*innen in Gesprächen oder Aktionen für die Themen sensibilisieren.
- Durch eigene Straßenaktionen (Flashmobs, Protestaktionen, Theater) andere Konsument*innen auf die Problematik aufmerksam machen.



IMPRESSUM

Herausgeberin: Christlichen Initiative Romero e.V. (CIR) Schillerstraße 44a 48155 Münster Telefon 02 51 / 67 44 13 – 0 ci@ci-romero.de www.ci-romero.de und www.supplycha:nge.org

Redaktion: Sandra Dusch Silva (V.i.S.d.P.), Anil Shah, Canan Barski

Illustrationen und Layout: Marian M. Schönfeld, www.mamei.com

Lektorat: Annette Spitzmesser – Text. Ton. Konzeption.

Gedruckt auf 100% Recyclingpapier · Druckerei Lokay

Februar 2017



Gefördert von ENGAGEMENT GLOBAL im Auftrag des



Die Veröffentlichung wurde mit finanzieller Unterstützung der Europäischen Union und von ENGAGEMENT GLOBAL im Auftrag des BMZ ermöglicht. Für den Inhalt der Veröffentlichung ist allein die Christliche Initiative Romero verantwortlich; der Inhalt kann in keiner Weise als Standpunkt von Engagement Global gGmbH, dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung oder der EU angesehen werden.



- Welche Produkte kommen aus der globalen Fabrik (links im Bild)?
- Wer erntet die Früchte?
- Welche Folgen sind zu erkennen?
- Wo wird die Kleidung genäht?
- Was fällt Euch auf?
- Wie kommt die Ware aus der globalen Fabrik in den Konsumtempel (in der Mitte des Bildes)?
- Welche Werbeversprechen findet Ihr im Konsumtempel?
- Wo fliegen oder sitzen die Geier?
- Was tun sie?
- Wie viele Affen gibt es?
- Wo haben sie sich hingezogen?
- Warum genau dort?
- Wo fliegt der Bienenschwarm?
- Wen vertreibt er?
- Welche Initiativen werden in der Villa Kunterbunt vorgestellt? (rechts im Bild)?
- - Kennt ihr ähnliche Aktivitäten?
- - Wie viele Forderungen halten die Menschen auf Transparenten hoch?
- - Was fordern sie und warum?
- - Findet Juan, Emma und Victor und erfahrt mehr über sie auf den nächsten Seiten.

So überseht Ihr nichts:

Das SuperMarkt-Wimmelbild

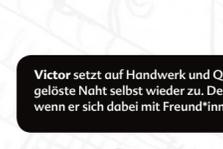
Alternativen für eine bessere Welt von morgen.

Lebensmittel gibt es nicht nur im Konsumtempel. Viele regionale Betriebe bieten Produkte wie Gemüse, Brot und Fleisch auf Wochenmärkten oder in Bioläden an. Produzent*innen und Konsument*innen tun sich in solidarischer Landwirtschaft zusammen und organisieren ihre Versorgung gemeinschaftlich und lokal. Immer mehr Menschen bauen selbst Gemüse an, in Gemeinschaftsgärten oder auf dem eigenen Balkon. Initiativen wie Foodsharing bewahren genießbare Lebensmittel vor dem Wegwerfen und teilen sie an Sammelstellen mit anderen Lebensmittelretter*innen (Ebene 1). Auch in Repair-Cafés wird dem Kaufrausch des Konsumtempels getrotzt. Vermeintlich kaputte Produkte werden

hier wieder nutzbar gemacht. Und anstatt alles fertig zu kaufen, gibt es immer mehr Menschen, die Dinge selbst bauen, nähen, einkochen usw.

Konsumartikel wie Kaffee, Orangen oder andere können im Fairen Handel erworben werden. Transparente und möglichst direkte Lieferketten ermöglichen hier u.a. die Zahlung höheren Lohns an die Produzent*innen (Ebene 2).

All diese lebendigen Initiativen sind Alternativen. Mit ihnen können wir im Kleinen die gewinnorientierte und an vielen Stellen ausbeutende Wirtschaft umgehen.



Victor setzt auf Handwerk und Qualität und näht auch mal eine gelöste Naht selbst wieder zu. Den meisten Spaß hat er dabei, wenn er sich dabei mit Freund*innen austauschen kann.



Anna und Laura können kaum glauben, wie viele leckere und gute Lebensmittel sie heute aus dem Foodsharing Regal mitnehmen können. Sie werden einen großen Eintopf kochen und Freunde einladen.



Im solidarischen Café genießt Robin einen fair gehandelten Kaffee und blickt auf das bunte Treiben auf der Straße. Die Stimmung im Café gefällt ihr gut. Alle sind willkommen und können sich einbringen. Für den Kaffee bezahlt man nach Selbsteinschätzung.



AFFEN UND GEIER

Die Politik: Sieht nicht, hört nicht, spricht nicht?

Die Probleme in den globalen Lieferketten will die Politik in Deutschland und in der EU meist nicht sehen, trotz zahlreicher Studien, Berichte und Proteste. Der von der Bundesregierung im Jahr 2016 verabschiedete „Nationale Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte“ ist ein Paradebeispiel. Er hätte das Potenzial haben können, Unternehmen gesetzlich zur Einhaltung der Menschenrechte entlang ihrer gesamten Wertschöpfungskette zu verpflichten. Stattdessen setzen die deutsche und die europäische Politik vor allem auf freiwillige Selbstüberprüfungen. Der vorherrschende Konsumwahn des

„immer mehr, immer billiger“ ist weder sozial noch ökologisch nachhaltig. Doch davon wollen viele Politiker*innen nichts hören. Aber nicht nur sie, wir alle sollten auf die Betroffenen hören: Die Arbeiter*innen auf den Plantagen und in den Fabriken sowie die Kleinbäuerinnen und -bauern. Obwohl es viele Möglichkeiten des sozialen und ökologischen Miteinanders gibt, fördert die Politik diese



oft nicht. Statt demokratische Kooperations mit guten Arbeitsbedingungen oder faire und langfristige Handelsbeziehungen flächendeckend zu stärken, wird immer wieder die Rhetorik freier Märkte bedient.

Wenige Konzerne kontrollieren die Wertschöpfungskette

Über dem Geschehen schweben wenige, aber beachtenswerte Geier. Sie symbolisieren eine handvoll Großkonzerne, die die Wertschöpfungskette kontrollieren. Weltweit konzentriert sich die Macht einer Handvoll global aktiver Konzerne mehr und mehr: Orangensaft aus Konzentrat kommt zu 80% von den drei brasilianischen Mammut-Konzernen Cutrale, Louis Dreyfus und Citrosuco. Mit der Übernahme von Monsanto wird Bayer zum größten Anbieter für Saatgut und Pflanzenschutzmittel. Und durch die Ministererlaubnis von Sigmar Gabriel wuchs Edeka weiter und liegt deutlich vor Rewe, Lidl und Aldi im stark umkämpften und konzentrierten Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland.

