

Zusammenfassung

Workshop BMZ/ KNK-Leuchtturm-Initiative „Gerechtigkeit in globalen Lieferketten“, 31.1.2019

I. Einführung

Nach einer Begrüßung durch Tino Clemens (BMZ) zu den Zielen der Initiative diskutierten drei Expert*innen mittels Impuls-Vorträgen den Stand, kritische Entwicklungen und Herausforderungen zu den Aspekten „Verbraucherkommunikation“, „Digitalisierung in Lieferketten“ und „Siegelüberdruß“. Im Anschluss erarbeiteten die Teilnehmer*innen in Arbeitsgruppen Visionen, Handlungsbedarfe und Empfehlungen zu jedem Themenfeld.

II. Teaser-Vorträge

Impulsvortrag Verbraucherkommunikation

Petra Niesbach (*Verbraucherzentrale NRW*) führte in vier Verbraucherleitbilder ein:

- (1) Mündige Verbraucher*innen treffen selbstbestimmte, wohlinformierte Entscheidungen.
- (2) Vertrauende Verbraucher*innen wollen und können sich für Konsumententscheidungen nicht viel Zeit nehmen.
- (3) Verletzte Verbraucher*innen können nicht in ausreichendem Maße am wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Leben teilnehmen.
- (4) Verantwortungsvolle Verbraucher*innen übernehmen Verantwortung für sich, andere und die Umwelt.

Ziel der Verbraucherzentrale ist es, die gesamte Breite der Verbraucher*innen typengerecht zu beraten. Hierfür gibt es einen differenzierten Beratungsbaukasten. Insbesondere verantwortungsvolle Verbraucher*innen, die aktuell nur etwa 5% der Konsumenten ausmachen, dienen als „Change Agents“ und tragen maßgeblich zu Weiterentwicklungen für nachhaltigen Konsum bei.



Impulsvortrag Petra Niesbach

©GIZ

Impulsvortrag Digitalisierung in Lieferketten

Christian Dietrich (*Systain Consulting*) diskutierte Beispiele für die Herausforderungen digitaler Lösungen für immer komplexere Lieferketten für Unternehmen:

- Die CPI2 Brancheninitiative (Textil- und Schuhbranche) betreibt eine Online-Plattform zur Schulung von Lieferanten im Bereich Umwelt- und Sozialstandards.



Impulsvortrag Christian Dietrich

©GIZ

- Über Plattformen wie Laborlink können Mitarbeiter*innen Beschwerden einreichen und über Mobilfunk direkt nach ihren Arbeitsumständen befragt werden. Darüber hinaus seien weitere Formen der Nutzung von Smartphones zum direkten Kontakt mit Mitarbeiter*innen (z.B. „Spiele“-Apps) denkbar.
- Data Mining wird als Lösungsansatz zur Schaffung von Transparenz vorgestellt. Dabei werde versucht, über die direkte Ansprache einzelner Mitarbeiter*innen Auskunft zu erhalten. Data Mining sei allerdings wie die Blockchain-Technologie bisher noch nicht praktikabel und nur punktuell denkbar.

- Zur Beeinflussung des Konsumentenverhaltens könnten Lieferketten über 360 Grad Videos oder Virtual Reality erlebbar gemacht werden.

Impulsvortrag Siegelüberdross

Alexandra Kessler (*Collaborating Centre for Sustainable Consumption and Production*) beleuchtete die Grenzen von Zertifizierung, wie umstrittene Wirksamkeit, vielfältige Kritik an Rahmenbedingungen, Arbeitsbedingungen und Spekulationen-Preisverfall und systemische Herausforderungen, aber auch die Steuerungswirkungen.

- Als Lösungsansätze innerhalb von Zertifizierungssystemen werden die Zusammenarbeit und Harmonisierung verschiedener Zertifizierungssysteme, der Vergleich von Siegeln, true cost accounting sowie die Einbeziehung und das Empowerment von Arbeiter*innen genannt. Unternehmenseigene Siegel würden zwar zur Unübersichtlichkeit der Siegellandschaft beitragen, könnten aber auch bestehende Standards erweitern.
- Über Zertifizierung hinaus (beyond certification) könnten verbindliche Regulierungen, direkter Handel und Hotspot-basierte Gegenmaßnahmen umgesetzt werden.
- Als weitere Lösungsansätze jenseits globaler Wertschöpfungsketten werden u.a. Crowdfarming und solidarische Landwirtschaft sowie Prosumption vorgestellt.



Impulsvortrag Alexandra Kessler

©GIZ

III. Zusammenfassung der Arbeitsergebnisse: Visionen und Handlungsbedarfe

AG 1: Verbraucherkommunikation im Zeitalter globaler Lieferketten

Visionen und Handlungsbedarfe:

- **Unabhängige/ glaubwürdige Unternehmensberichterstattung:**
 - Z.B. Datenbank mit Unternehmensdaten & Auskunftsrecht für NGOs/ Verbraucher*innen
- **Politische Lenkung** (-> analog EEG) und Subvention:
 - Geschäfte geben Rabatt, je nachdem wie nachhaltig Produkte sind
 - Externe Kosten bepreisen und damit nachhaltige Waren günstiger machen (Stichwort 2. Preisschild)
- **Information/ Verbraucherschutz** über ein **Bildungsprogramm** und unabhängige Informationsplattformen
- Online Anlaufstelle/ **Beschwerdestelle** für Verbraucherschutzfragen
- **Universelles Nachhaltigkeits-Navigationstool**
- Siegelklarheit 4.0 mit **allen aktuellen Technologien** (Big data, Blockchain etc.)
- **Nudging** – Anreize für nachhaltiges Konsumverhalten
- **Preisannäherung nachhaltiger Produkte (Bio im Discounter)**
 - Suffizienz nachhaltiger Produkte
- Bürgerpartizipation/ **Bürgerdialog**

AG2: Digitalisierung in Lieferketten

Visionen und Handlungsbedarfe:

- **Workers' Empowerment:** Digitale Aufklärung zu Arbeits- und Menschenrechten für Arbeiter*innen entlang der Lieferkette

- **Wissenstransfer:**
 - Digitale Branchenplattform zum Austausch von Best Practices
 - Austausch zwischen staatlichen Stellen und Digitalunternehmen
 - Vernetzung lokaler Kleinunternehmen
- **Transparenz:**
 - Verpflichtende Transparenz in Lieferketten mit Hilfe von Big Data, „Google Maps für Unternehmen“, etc.
 - App-Scan-Blog: Konsumenteninformation einfach machen und Know How stärken
- **Effizienz:** Über „predictive analysis“ Ressourcenverbrauch besser planen
- **Skalierbarkeit/ Standardisierung** von digitalen Lösungen ermöglichen
- Entwicklung digitaler Lösungen nach den **Ansprüchen der Produzent*innen vor Ort**
- **Bessere/ einfacher zugängliche Finanzierung** von Innovationen (Innovation Fund)

AG3: Siegelüberdruss in globalen Lieferketten

Visionen und Handlungsbedarfe:

- **Erhöhte Produktionsstandards durch gesetzliche Sorgfaltspflichten/ Instrumentenmix:**
 - „schwarze Liste“ (Verbot von bestimmten Herstellungspraktiken in der Lieferkette)
 - Abschaffung der Kaffeesteuer für fairen Kaffee & Reduzierung der Umsatzsteuer für nachhaltige Produkte
 - internationales Benchmarking zu gesetzlicher Regulierung
 - gesetzliche Mindestkriterien und öffentliche Kontrolle von Standards
 - Regulierung der Zertifizierer, um Qualität zu erhöhen
 - Vorbildfunktion der öffentlichen Hand
- **Weniger, aber aussagekräftigere und glaubwürdigere Siegel:**
 - Mindestkriterien und Siegelregister
 - Vereinheitlichung orientiert an SDGs
 - Dialog stärken/ Synergien nutzen
- **Bildung zu Umwelt/ Nachhaltigkeit in Schulen**
- **Neue Siegel:**
 - Siegel für Unternehmen statt Produkte (Bilanzierung aller Wirkungen und interner Ausgleich negativer Externalitäten)
 - Kriterienkatalog „Was zeichnet ein nachhaltiges Unternehmen aus?“
 - steuerliche Vorteile für gemeinwohlorientierte Unternehmen
 - Made in EU als Qualitätssiegel, Garantie Basis in Produktion
- **Hohe Standards** und nachhaltiger Konsum als **Mainstream**
- **Klare Handlungsempfehlungen** zu **beyond certification**



Ergebnisse der Arbeitsgruppen 1,2 und 3

©GIZ