



SUPERMARKT- CHECK 2019

TROTZ EINZELNER FORTSCHRITTE:
WEITER SCHLECHTE NOTEN
FÜR DEUTSCHE SUPERMÄRKTE



OXFAM
Deutschland

IMPRESSUM

Herausgeber

© Oxfam Deutschland, Juni 2019

Oxfam Deutschland e.V.

Am Kölnischen Park 1
10179 Berlin

Tel. +49 30 453 069-0

E-Mail: info@oxfam.de

www.oxfam.de

V.i.S.d.P.:

Marion Lieser

Autorin:

Franziska Humbert

Redaktion:

Julia Jahnz, Annika Zieske

Titelbild:

Carla Meurer



OXFAM
Deutschland

Oxfam vereint Menschen in aller Welt, die sich nicht damit abfinden wollen, dass es Armut und extreme Ungleichheit gibt. Als internationale Nothilfe- und Entwicklungsorganisation unterstützen wir Frauen und Männer in armen Ländern dabei, sich eine bessere Zukunft zu schaffen. Für weitere Informationen schreiben Sie uns oder besuchen Sie www.oxfam.de.

SUPERMARKT-CHECK 2019

TROTZ EINZELNER FORTSCHRITTE: WEITER SCHLECHTE NOTEN FÜR DEUTSCHE SUPERMÄRKTE

Tausende von Produkten, Siegel aller Arten, Nährstoffangaben und Aktionspreise: Ein typischer Supermarkteinkauf bedeutet Reizüberflutung und die meisten Menschen sind froh, wenn sie am Ende wenigstens den Einkaufszettel abgehakt haben. Wer versucht, sich im Dschungel der Siegel und Herkunftsbezeichnungen zurechtzufinden und halbwegs fair und nachhaltig einzukaufen, verlässt den Laden meist mit einem unguuten Gefühl. Zu Recht, wie Oxfam-Recherchen immer wieder zeigen.

Während deutsche Supermärkte zum Beispiel Tafeltrauben und Wein aus Südafrika zu Niedrigstpreisen anbieten, werden Arbeiter*innen im südafrikanischen Weinanbau¹ gnadenlos ausgebeutet. Sie erleiden Gesundheitsschäden durch Pestizide, bekommen teilweise nicht einmal den Mindestlohn und haben kaum Möglichkeiten, ihre Rechte mit Hilfe von Gewerkschaften durchzusetzen. Ähnliche katastrophale Arbeitsbedingungen in den Lieferketten deutscher Supermärkte wie Aldi, Edeka, Lidl und Rewe hat Oxfam in Fallstudien zu verschiedenen anderen Produkten wie Bananen, Ananas und Mangos aufgedeckt. Menschenrechtsverletzungen sind hier an der Tagessordnung.

Einzelstudien bewegten jedoch keines der kritisierten Unternehmen dazu, die Ungerechtigkeit zu beenden und einen tiefgreifenden Wandel ihres gesamten Geschäftsmodells einzuleiten. 2018 überprüfte und bewertete Oxfam deshalb in einem umfassenden Vergleich erstmalig die führenden bzw. am schnellsten wachsenden Supermärkte in Deutschland, Großbritannien, den USA und den Niederlanden. In Deutschland wurden Aldi Süd und Nord², Edeka, Lidl und Rewe bewertet, die mit insgesamt 85 Prozent Marktanteil den deutschen Lebensmitteleinzelhandel dominieren.

Dieser nun jährlich erscheinende Supermarkt-Check analysiert die Geschäftspolitik und den Umgang mit Menschenrechten in der Lieferkette anhand von knapp 100 Bewertungskriterien auf Grundlage der UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte (siehe Seite 4).

Dementsprechend bewertet der Supermarkt-Check die vier Themen Transparenz und Unternehmensführung, Achtung von Arbeitnehmer*innenrechten in der Lieferkette, Umgang und Handelsbeziehungen mit Kleinbäuer*innen sowie Geschlechtergerechtigkeit und Frauenrechte im Einklang mit den Vorgaben der Leitprinzipien.

Als Maßstab dienen dabei öffentlich zugängliche Informationen in Nachhaltigkeitsberichten und auf Websites, wie Vision, Handlungsgrundsätze, Projekte und Maßnahmen. Die tatsächliche Praxis der Supermärkte und einzelne Fälle von Menschenrechtsverletzungen in Anbauländern wurden nicht überprüft. Man kann jedoch davon ausgehen, dass eine Erfüllung aller Kriterien die Praxis der Supermarktketten und Lieferanten ändert und die Situation der Arbeiter*innen deutlich verbessert.

* * *

**WER VERSUCHT, SICH
IM DSCHUNDEL DER
SIEGEL UND HERKUNFTS-
BEZEICHNUNGEN
ZURECHTZUFINDEN UND
HALBWEGS FAIR UND
NACHHALTIG EINZUKAU-
FEN, VERLÄSST DEN
LADEN MEIST MIT EINEM
UNGUTEN GEFÜHL.**

* * *

1 www.oxfam.de/system/files/20171010-billig-verkauft-teuer-bezahlt.pdf.

2 Ursprünglich die ‚Albrecht-Kette‘ genannt, wurde Aldi von den Brüdern Karl und Theo Albrecht in den 1950ern gegründet. Sie wurde in den 1960ern in zwei Unternehmen aufgeteilt: Aldi Süd und Aldi Nord. Diese operieren in unterschiedlichen Märkten, auch in Deutschland, haben aber enge Verbindungen.

*
* **WAS SIND DIE UN-LEITPRINZIPIEN FÜR WIRTSCHAFT UND MENSCHENRECHTE?** *

* Im Juni 2011 verabschiedete der UN-Menschenrechtsrat seine Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte³. Die 31 Prinzipien legen fest, wie der Staat seine Pflicht zum Schutz der Menschenrechte gegenüber Unternehmen wahrnehmen sollte und wie Unternehmen für deren Achtung im eigenen Betrieb und bei ihren Tochterunternehmen und Lieferanten sorgen sollen. Im Kern sollen Unternehmen

- * • sich in einer **Grundsatzerklärung** zur Achtung der Menschenrechte verpflichten, die auf ihrer höchsten Ebene verankert ist;
- * • in einer umfassenden **Risikoanalyse** mögliche Menschenrechtsverletzungen, verursacht durch ihre eigene Geschäftstätigkeit und die ihrer Lieferanten, ermitteln und den Handlungsbedarf nach Schwere der Verletzungen sowie Umfang der Geschäftstätigkeit und Einflussmöglichkeit feststellen. Ergibt sich, dass an manchen Produktionsstandorten das Ausmaß der Menschenrechtsverletzungen besonders groß ist und das Unternehmen dort auch intensive Geschäftsbeziehungen hat, soll eine **vertiefte Risiko- bzw. Wirkungsanalyse vor Ort** vorgenommen werden, in der auch Betroffene wie **Gewerkschaftsmitglieder, Kleinbäuer*innen und Vertreter*innen indigener Gemeinschaften befragt** werden.
- * • **Maßnahmen** zur Abwendung der Menschenrechtsverletzungen vornehmen und deren Wirksamkeit überprüfen;
- * • über Risikoanalysen und Maßnahmen **berichten**;
- * • einen **Beschwerdemechanismus** einrichten und gegebenenfalls **Wiedergutmachung** leisten.

*
* **KATASTROPHALES ERGEBNIS IN 2018** *

Beim ersten Supermarkt-Check waren die deutschen Ketten Aldi Süd und Nord, Edeka, Lidl und Rewe, die insgesamt 85 Prozent Marktanteil im deutschen Lebensmittel Einzelhandel halten, Schlusslichter im internationalen Vergleich. Mit gerade einmal acht Prozent in der Kategorie Arbeitnehmer*innenrechte schnitt Lidl noch am besten ab. Der Grund für das schlechte Ergebnis: Im Gegensatz zu den britischen Vorreitern Tesco und Sainsbury's setzten deutsche Supermarktketten vor allem auf fragwürdige Siegel, wie den grünen Frosch der Rainforest Alliance für Bananen und Ananas, die gemäß Oxfam-Recherchen nicht halten, was sie versprechen. Der Verkauf von Produkten mit Siegel brachte keine Punkte, es sei denn die Zertifizierung führte tatsächlich zu höheren Einkommen von Kleinbäuer*innen, wie beispielsweise bei Fair Trade.

Ebenso wenig wurden Punkte für eine Partnerschaft mit NGOs vergeben, wie die zwischen Edeka und der Umweltorganisation World Wildlife Fund. Punkte gab und gibt es vor allem für Maßnahmen, die eine echte Übernahme von Verantwortung für die Achtung der Menschenrechte in der Lieferkette bedeuten. Dazu gehören umfassende Untersuchungen zu Menschenrechtsverletzungen in Produktionsländern zusammen mit Gewerkschaften, Maßnahmen zur Zahlung eines existenzsichernden Lohns oder die Zahlung höherer Preise an solche Lieferanten, die etwas gegen die Diskriminierung von Frauen tun (siehe Seite 7: Kategorien des Supermarkt-Checks).

³ www.auswaertiges-amt.de/de/aussenpolitik/themen/aussenwirtschaft/wirtschaft-und-menschenrechte/dokumentelinks-node.

ERSTE KLEINE FORTSCHRITTE IN 2019

Obwohl das Ergebnis des zweiten Supermarkt-Checks noch nicht wirklich zufriedenstellend ist, haben mehrere deutsche Ketten immerhin aufgeholt und kleine Fortschritte in der Menschenrechtspolitik gemacht. Aldi Süd, zuständig für den Süden Deutschlands und unter anderem auch im britischen Markt vertreten, gehört nun mit 19 von möglichen 100 Prozent zu den Vorreitern. Im letzten Jahr erreichte Aldi insgesamt nur ein Prozent und ist damit der Supermarkt, der sich am meisten verbessert hat.

Auch Rewe und Lidl haben aufgeholt und liegen mit 13 und 9 Prozent im internationalen Mittelfeld – das allerdings sehr niedrig angesiedelt ist. Noch immer erreicht selbst der bestplatzierte Supermarkt Tesco nur 38 von 100 Prozent, also nicht einmal die Hälfte der möglichen Punkte im Supermarkt-Check.

Edeka hat sich jedem Fortschritt verweigert und ist mit nur einem Prozent absolutes Schlusslicht im internationalen Vergleich, hinter den amerikanischen Supermärkten Kroger und Whole Foods. Aldi Nord, zuständig für den Norden Deutschlands und Märkte wie die Niederlande, liegt mit nur 5 Prozent ebenfalls im unteren Bereich.

Insgesamt zeigt die Entwicklung, dass einige Supermärkte sich in Sachen Menschenrechte auf den Weg gemacht haben – dieser ist allerdings noch lang.

NOCH IMMER ERREICHT SELBST DER BESTPLATZIERTE SUPERMARKT TESCO NUR 38 VON 100 PROZENT, ALSO NICHT EINMAL DIE HÄLFTE DER MÖGLICHEN PUNKTE IM SUPERMARKT-CHECK.
















Pflücker*innen, wie hier auf Traubenfarmen in Südafrika, werden häufig nicht vor giftigen Pestiziden geschützt.

© C. Becker, Oxfam Deutschland

SUPERMARKT-CHECK 2019

Tun die Supermärkte genug dafür, dass bei der Herstellung ihrer Lebensmittel die Menschenrechte eingehalten werden – oder stellen sie sich aus dieser Verantwortung? Um das herauszufinden, hat Oxfam die 16 führenden bzw. am schnellsten wachsenden Supermärkte in Deutschland, Großbritannien, den USA und den Niederlanden bewertet. Konkret haben wir verglichen, wie transparent Supermärkte handeln, ob sie Arbeitsrechte auf Plantagen schützen, was sie für Kleinbäuer*innen tun oder wie sie Gewalt gegen Frauen verhindern.

* *

SUPERMARKT	TRANSPARENZ	RECHTE VON ARBEITER*INNEN	UMGANG MIT KLEINBÄUER*INNEN	FRAUENRECHTE	GESAMT-WERTUNG
 Ahold	19%	17%	19%	14%	17%
 Albertsons	8%	8%	4%	0%	5%
 ALDI	13%	0%	8%	0%	5%
 ALDI	31%	19%	17%	10%	19%
 COSTCO WHOLESALE	8%	21%	8%	0%	10%
 E	0%	0%	4%	0%	1%
JUMBO	25%	21%	13%	5%	16%
 Kroger	4%	4%	4%	0%	3%
 LIDL	21%	6%	8%	0%	9%
 Morrisons	17%	38%	8%	0%	16%
 PLUS	8%	17%	4%	0%	8%
REWE	25%	8%	17%	0%	13%
Sainsbury's	25%	42%	21%	19%	27%
 TESCO	42%	58%	21%	29%	38%
 Walmart	21%	21%	17%	33%	23%
 WHOLE FOODS	0%	4%	8%	0%	3%

* *

Die Wertungen basieren auf den veröffentlichten Geschäfts-
politiken und Aktivitäten der
Supermärkte in Bezug auf ihre
Lebensmittellieferketten.
Berichte über Menschenrechts-
verletzungen in Lieferketten der
Unternehmen finden sich hier:
[www.business-humanrights.org/
barcodes](http://www.business-humanrights.org/barcodes)





DIE VIER KATEGORIEN DES SUPERMARKT-CHECKS UND PUNKTEVERGABE

Im Einklang mit den UN-Leitprinzipien hat Oxfam Bewertungskriterien in vier Kategorien festgelegt. Dazu gehören unter anderem:

Transparenz und Unternehmensführung

- Bekenntnis zu und Berichte über Einhaltung der UN-Leitprinzipien sowie Benennung eines*einer Menschenrechtsbeauftragten;
- umfassende Risikoanalyse bzgl. möglicher Menschenrechtsverletzungen im eigenen Unternehmen und bei Lieferanten;
- konkrete Verpflichtung zur Einrichtung eines Beschwerdemechanismus;
- Transparenz über Einkommensverhältnisse und geschlechtsspezifische Lohnunterschiede.

Arbeiter*innenrechte

- Umfassender Verhaltenskodex für die Einhaltung der Arbeiter*innenrechte gemäß der Menschenrechtsabkommen und Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation;
- Verpflichtung, mindestens drei vertiefte Risiko- bzw. Wirkungsanalysen vor Ort in Zusammenarbeit mit Gewerkschaften durchzuführen;
- Zusammenarbeit mit Arbeitnehmer*innen-Organisationen zur Durchsetzung von Gewerkschaftsrechten;
- Maßnahmen zur Schließung der Lücke zwischen gezahlten Mindestlöhnen und solchen, die zum Lebensunterhalt einer Familie ausreichen;
- Verpflichtung zur Vermeidung unlauterer Handelspraktiken gegenüber Lieferanten, z.B. einseitige nachträgliche Vertragsänderungen.

Frauenrechte

- Bekenntnis zu den Grundsätzen der UN zur Stärkung von Frauen in Unternehmen (UN Women's Empowerment Principles);
- Verpflichtung, eine Risiko- bzw. Wirkungsanalyse vor Ort zu Frauenrechtsverletzungen in Zusammenarbeit mit Frauenorganisationen durchzuführen;
- Verpflichtung, verstärkt von Kleinbäuerinnen einzukaufen und darüber zu berichten.

Umgang mit Kleinbäuer*innen

- Verpflichtung zur und tatsächliche Unterstützung von Kleinbäuer*innen;
- Einkauf von Fair Trade-Produkten in mindestens drei verschiedenen Produktkategorien;
- Maßnahmen auf dem Weg zur Erzielung eines existenzsichernden Einkommens.

Punktevergabe:

Mit Ausnahmen der Kategorie Frauenrechte gab es in jeder Kategorie 24 Kriterien und je Kriterium einen Punkt, so dass insgesamt 93 Punkte zu erreichen waren.



WAS IST SEIT DEM LETZTEN SUPERMARKT-CHECK PASSIERT?

Die schlechten Ergebnisse beim ersten Supermarkt-Check scheinen einige Konzerne aufgerüttelt zu haben. Zusätzlich angetrieben wurden sie von Oxfam-Kampagnen in Großbritannien und Deutschland, bei denen Oxfam-Unterstützer*innen vor Aldi-Filialen protestierten. Aldi Süd begann daraufhin einen Austausch mit Oxfam-Expert*innen dazu, wie der Supermarkt seine menschenrechtliche Verantwortung wahrnehmen und erste Maßnahmen umsetzen kann. Ein zusätzlicher Antrieb für die auch in Großbritannien operierende Kette mag der „UK Modern Slavery Act“ sein, nach dem britische Unternehmen über ihren Umgang mit modern Formen der Sklaverei berichten müssen. Im Gegensatz zu Aldi Süd ist Aldi Nord nicht im britischen Markt vertreten und daher nicht von diesem Gesetz betroffen, was eine Erklärung für das sehr unterschiedliche Abschneiden der beiden Ketten sein könnte. Da beide die Einkaufs- und Preispolitik ihrer Produkte gemeinsam gestalten, ist jedoch dringend erforderlich, auch die Menschenrechtspolitik zusammenzuführen. So wird unter anderem ausgeschlossen, dass niedrigere Einkaufspreise gegenüber Produzenten ergriffene Maßnahmen zur Förderung von Kleinbäuer*innen unterwandern.





Ein Arbeiter in Ecuador zeigt seine von Pestiziden verätzten Hände.

© Carla Meurer

Fortschritte bei Transparenz und Unternehmensführung

Aldi Süd hat vor allem grundlegende Maßnahmen im Bereich Transparenz und Unternehmensführung ergriffen: In seiner Grundsatzerklärung zu Menschenrechten verpflichtet sich der Konzern zum Beispiel zur Einhaltung der UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte. Auf Führungsebene wurde ein Menschenrechtsbeauftragter eingesetzt. Aldi Süd hat zudem eine menschenrechtliche Risikoanalyse seiner Produkte veröffentlicht und machte in Großbritannien Informationen zu Lohnunterschieden zwischen Männern und Frauen publik. Damit liegt Aldi Süd mit 31 Prozent in der Kategorie Transparenz und Unternehmensführung auch im internationalen Vergleich weit vorne, gleich hinter dem britischen Supermarkt Tesco, der Nummer eins.

Ähnliches hat sich bei Rewe und Lidl getan, die in dieser Kategorie jeweils 25 und 21 Prozent erreichten. Überrascht durch die schlechten Ergebnisse im Vorjahr traf sich die Rewe-Gruppe, die sich als Vorreiterin in Sachen Nachhaltigkeit wähnte, mit Oxfam, um durchführbare Maßnahmen zu identifizieren. Auch Lidl gab kurz vor Abschluss der Recherche noch eine Erklärung zur menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht ab. Wie Aldi Süd haben sich Rewe und Lidl vor allem zu grundlegenden Anforderungen im Bereich Transparenz und Unternehmensführung verpflichtet, also zur Einhaltung der UN-Leitprinzipien, zur Einsetzung von Menschenrechtsbeauftragten und zu einer umfassenden Risikoanalyse ihrer Produkte in Bezug auf Menschenrechtsverletzungen. Rewe will darüber hinaus noch einen Beschwerdemechanismus für Betroffene von Menschenrechtsverletzungen vor Ort einrichten. Ein solcher Mechanismus kann nicht nur Rechtsverletzungen entgegenwirken, sondern auch als Informationsquelle über Missstände dienen, zum Beispiel auf Plantagen.

Fortschritte im Bereich Arbeiter*innenrechte

Im Bereich Arbeiter*innenrechte hat nur Aldi Süd einen nennenswerten Fortschritt in den zweistelligen Bereich gemacht. Insbesondere mit einer Zusage, weitergehende menschenrechtliche Risiko- bzw. Wirkungsanalysen für drei Produktgruppen in Anbauländern durchzuführen und dabei Gewerkschaften zu befragen, konnte das Unternehmen punkten.

Umgang mit Kleinbäuer*innen

In dieser Kategorie zeichnen sich vor allem Aldi Süd und Rewe mit jeweils 17 Prozent dank verschiedener Projekte aus, die Kleinbäuer*innen unterstützen, zum Beispiel zur Erzielung höherer Preise. Positiv ist, dass Aldi Süd sich auch hier zu einer umfassenden Risikoanalyse vor Ort zu Menschenrechtsverletzungen verpflichtet hat.

WORAN MANGELT ES?

Insgesamt bleiben die deutschen Supermarktketten allesamt unter 20 Prozent. Neben den erzielten Fortschritten in einzelnen Bereichen der Kategorie Transparenz und Unternehmensführung sind die Zuwachsraten eher auf Trippelschritte durch den teilweisen Einkauf von Fair Trade-Produkten oder durch Unterstützung von Kleinbäuer*innen in einzelnen Projekten zurückzuführen. Zentrale Maßnahmen der menschenrechtlichen Verantwortung durch Unternehmen bleiben bisher auf der Strecke. Dazu gehören die Rückverfolgbarkeit und Offenlegung von Lieferanten sowie Informationen zu bei diesen herrschenden Arbeitsbedingungen, die Zahlung existenzsichernder Löhne, die Schaffungen von Anreizsystemen für Lieferanten mit guten Arbeitsbedingungen, die Verpflichtung zur Vermeidung unlauterer Handelspraktiken gegenüber Lieferanten und die Zusammenarbeit mit Gewerkschaften sowohl auf internationaler als auch lokaler Ebene.

Beim wichtigen Thema Lieferkettentransparenz sind auch viele ausländische Supermarktketten nicht besser und erzielen dementsprechend wenige Punkte. Zumindest die niederländischen Supermarktketten Albert Heijn (Tochterunternehmen der US-amerikanischen Kette Ahold) und Jumbo haben in diesem Frühjahr einen ersten Schritt gemacht und sich zur Offenlegung ihrer direkten Zulieferer verpflichtet.

Eine Riesenlücke klafft zudem beim Thema Frauenrechte. Aldi Süd brachte es hier auf 10 Prozent, unter anderem durch seine Verpflichtung zu einer umfassenden Menschenrechtsanalyse vor Ort. Alle anderen erzielten null Punkte.

* * *

INSGESAMT BLEIBEN DIE DEUTSCHEN SUPERMARKTKETTEN ALLESAMT UNTER 20 PROZENT.

* * *

Arbeiter*innen aus Südafrika berichten, dass die Farmen rechtsfreie Räume sind. Die Trauben werden trotzdem in deutschen Supermärkten verkauft.

© Noli Masango



* * * * *
 * **BANANEN: PREISPOLITIK UND MENSCHENRECHTE** *
 * Die Zahlung angemessener Preise für bestellte Ware und faire Handelspraktiken der Supermarktketten sind notwendige Voraussetzungen dafür, dass Lieferanten ihren Arbeiter*innen existenzsichernde Löhne zahlen können, Kleinbäuer*innen Einkommen erzielen, von denen sie leben können und auch die übrigen Kosten für menschenwürdige Arbeitsbedingungen nicht einseitig zu Lasten der Lieferanten gehen. Der Supermarkt-Check zeigt, dass hier noch eine große Lücke bei allen Supermarktketten klafft. *
 * Zwei Beispiele für die immer noch herrschende Billigpreispolitik auf Kosten von Produzenten und Arbeiter*innen aus jüngster Zeit sind besonders bedauernswert: Aldis „Kampfpriest“ bei Bananen und die Rücknahme von Lidl's Selbstverpflichtung zur kompletten Umstellung auf Fairtrade-Bananen. Aldi Süd hatte zum Jahreswechsel einen Einzelhandelspreis für Bananen von 0,99€ ausgerufen und angekündigt, seine Einkaufspreise pro Kiste um einen Dollar zu senken.⁴ Das löste Proteste bei Produzentenverbänden in Ecuador und Kolumbien aus, den wichtigsten Lieferländern von Bananen für Deutschland. Im Frühjahr 2019 gab Lidl daraufhin seine Pläne auf, nur noch Fair-Trade-Bananen anzubieten. Damit hat Lidl einen besorgniserregenden Rückzieher im Hinblick auf eine gerechte Preispolitik gegenüber Produzenten gemacht.⁵ *
 * Es bleibt zu hoffen, dass Aldi Süd, Lidl und die übrigen Supermarktketten umdenken und die positiven Ansätze in ihrer Menschenrechtspolitik nicht durch diese Billigpreispolitik weiter unterlaufen. *
 * * * * *

WAS MACHEN DIE AUSLÄNDISCHEN SUPERMARKTKETTEN BESSER?

Insgesamt liegen britische Supermarktketten wie Tesco und Sainsbury's weiterhin vorne, dicht gefolgt von der US-amerikanischen Kette Wal-Mart mit ihrem britischen Tochterunternehmen Asda. Im Gegensatz zu den deutschen Konzernen geht Tesco auch herausfordernde Themen an. Das Unternehmen hat begonnen, mit Gewerkschaften zusammenzuarbeiten, hat Maßnahmen zur Einführung existenzsichernder Löhne ergriffen und sich zur Vermeidung unlauterer Handelspraktiken verpflichtet.

Sainsbury's und Wal-Mart sind beim Thema Frauenrechte vorangegangen. Unter anderem identifizieren sie spezifische Probleme und Herausforderungen für Arbeiterinnen und Kleinbäuerinnen in ihrer Lieferkette, um sie in Zusammenarbeit mit Frauenorganisationen und der Zivilgesellschaft an den Wurzeln zu packen. Tesco und die US-amerikanische Kette Ahold haben sich außerdem als einzige zur Einhaltung der UN-Grundsätze zur Stärkung von Frauen in Unternehmen verpflichtet. Wal-Mart spricht sich darüber hinaus auch öffentlich für ein Ende der Diskriminierung von Frauen aus und hat ein Programm zur Bekämpfung von Belästigung und Gewalt gegen Frauen im eigenen Unternehmen und bei seinen Lieferanten aufgelegt. Doch auch hier fehlen effektive Beschwerdemechanismen für Frauen, Transparenz über die Benachteiligung von Frauen in der Lieferkette in Bezug auf Löhne und Stellung im Betrieb sowie die Anerkennung unbezahlter Erziehungs- und Pflegearbeit.

4 Die Welt vom 30. Oktober 2018, Michael Grassmann, Die Banane ist Aldis nächster Sündenfall, www.welt.de/wirtschaft/article182954922/Preiskampf-Die-Banane-ist-Aldis-naechster-Suendenfall.html.

5 Süddeutsche Zeitung vom 17. Mai 2019, Lidl steigt doch nicht auf Fairtrade-Banane um, www.sueddeutsche.de/wirtschaft/lidl-bananen-fairtrade-1.4452279. Der Rückzieher bei Fair Trade-Bananen führte auch im Supermarktcheck zu Punktabzug.

WIE GEHT ES WEITER?

Der nächste Supermarkt-Check erscheint 2020. Bis dahin fordert Oxfam die Unternehmen weiterhin auf, insbesondere

- Risiken für Menschen- und Arbeitsrechtsverstöße in ihrer Lieferkette zu identifizieren und entsprechend zu handeln;
- den Fokus ihrer menschenrechtlichen Verantwortung auf die wirtschaftliche Selbstbestimmung von Frauen zu legen;
- Geschäfts- und Handelspraktiken anzuwenden, die die Achtung von Menschen- und Arbeitsrechten zur Priorität machen und eine faire Verteilung der Wertschöpfung vorsehen;
- dafür zu sorgen, dass alle Arbeiter*innen in der gesamten Lieferkette existenzsichernde Löhne erhalten;
- die Transparenz bei der Lebensmittelbeschaffung drastisch zu verbessern;
- gleiche Wettbewerbsbedingungen zu schaffen, indem sie proaktiv dafür sorgen, dass Menschen- und Arbeitsrechte in den Beschaffungsländern wirksam sind und umgesetzt werden.

Dabei gilt es keine Zeit zu verlieren, denn eines ist nicht zu vergessen: Bis Kleinbäuer*innen von ihrem Einkommen für ihre Familie sorgen können und Arbeiter*innen nicht mehr unter giftigem Pestiziden auf Traubenfeldern leiden müssen, wird es auch dann noch eine Weile dauern, wenn alle geforderten Maßnahmen umgesetzt werden. Und die Zeit ist überreif: Transparenz und die Stärkung von Arbeiter*innen, Kleinbäuer*innen und Frauen sind weder utopisch noch Nice-to-haves, sondern Mindestanforderungen nach internationalen Standards, im Einklang mit nationalen Gesetzen. Die Supermärkte müssen endlich handeln und dafür sorgen, dass nicht andere die Rechnung für unseren Einkauf zahlen.



OXFAM
Deutschland

oxfam.de/supermarktcheck-2019