

Hans Böckler Stiftung

Fakten für eine faire Arbeitswelt.

Mitbestimmungs-, Forschungs- und Studienförderungswerk des Deutschen Gewerkschaftsbundes
Hans-Böckler-Straße 39, 40476 Düsseldorf, Telefon 0211 – 77 78-0 (Zentrale), Telefax 0211 – 77 78- 120
www.boeckler.de

Berlin, 20-01-2004

Projekt der Hans-Böckler-Stiftung mit der Verbraucherinitiative:

Die deutschen Fleischwarenhersteller verweigern Informationen für die Verbraucher

Die Hans-Böckler-Stiftung hat im letzten Jahr dieses Projekt der Verbraucher Initiative gefördert. Dabei wurden die Fleischwarenhersteller befragt nach Herkunftsnachweisen und Produktqualität, nach Tier- und Umweltschutz, einerseits, andererseits aber auch nach Arbeitsbedingungen und Arbeitsschutz. Der Fragebogen wurde so ausgearbeitet, dass er sich auf wesentliche Fakten zu diesen Themen beschränkt und daher relativ einfach und mit geringem Zeitaufwand zu beantworten ist. Unterstützt hat dieses Vorhaben auch die zuständige Gewerkschaft Nahrung, Genuss, Gaststätten. Die VerbraucherInnen sollen aufgrund guter und sicherer Information selbst entscheiden können, welche Produkte sie wählen. Das war der Ausgangspunkt. Mit der Verbraucherinitiative waren wir uns einig, ein derartiges „Ökolabel“ müsse ökologische und soziale Kriterien zusammen führen – angelehnt an das Vorbild der „Fair-Trade“ Produkte aus den Dritte-Welt-Ländern, das inzwischen die Kunden ebenfalls so wünschen und akzeptieren. Dass dies auch im Interesse der zu-ständigen Gewerkschaft NGG liegt, liegt nahe.

Ein Bündnis zwischen Beschäftigten der Lebensmittelbranche und den VerbraucherInnen nützt beiden, war der Ausgangspunkt des Projektes. Auch den Unternehmen der Branche nützt ein solches Bündnis. Sie mussten ja aus den BSE-Skandalen der vergangenen Jahre gelernt haben. Daher setzten wir auf die Kooperationsbereitschaft der Branche, denn Verbraucher üben mit ihrer Kaufkraft Macht aus. Verlieren sie das Vertrauen in die Qualität der Produkte der Lebensmittelbranche, so reagierten sie in der Vergangenheit hart und abrupt mit deutlicher Kaufzurückhaltung. Rasch folgten Kündigungen und harte Sparmaßnahmen in den Betrieben. Saubere und sichere Information zum Arbeits-, Tier- und Umweltschutz sowie hohe Produktqualität wäre die Alternative, um die Verbraucherinnen und Verbraucher zu überzeugen. Wir meinen, dass das Interesse der Beschäftigten an guten und sicheren Arbeitsplätzen und die Mitbestimmung als wichtiger Baustein einer nachhaltigen Fleischwarenproduktion eingesetzt werden kann. Die Ergebnisse der Befragung zeigen jedoch, dass die deutschen Fleischwarenhersteller nicht zu offener Information und Kooperation mit den VerbraucherInnen bereit sind.

Volkmar Lübke, der Projektleiter von der Verbraucher Initiative, wird Ihnen nun das Projekt im einzelnen und die Ergebnisse vorstellen. Herr Möllenberg, der Vorsitzende der Gewerkschaft Nahrung, Genuss, Gaststätten wird danach seine Forderungen vortragen. Siegfried Leittretter, Referatsleiter Betrieblicher Arbeits- und Umweltschutz, Tel. 0170-9221731

B u n d e s v e r b a n d

**Die Verbraucher
Initiative e.V.**

Deutsche Fleischhersteller verweigern Verbraucherinformation!

Statement von Volkmar Lübke, Vorstandsmitglied der VERBRAUCHER INITIATIVE und Leiter des Projektes auf der Pressekonferenz am 20.01.2004 in Berlin

(Es gilt das gesprochene Wort)

Ich darf mich zunächst einmal bei der HANS-BÖCKLER STIFTUNG für die Förderung und bei der Gewerkschaft NGG für die Unterstützung unseres Projektes bedanken. Die VERBRAUCHER INITIATIVE hat seit über zehn Jahren Erfahrungen mit der Befragung und Bewertung von Unternehmen nach sozialen und ökologischen Kriterien und kennt das Problem, dass die Auskunftsbereitschaft von Firmen in Deutschland noch sehr zu wünschen übrig lässt, recht gut. Die Ergebnisse dieses Projektes haben uns aber doch ausgesprochen negativ überrascht.

Im Sommer vergangenen Jahres wurde das Projekt „Befragung der Fleischbranche“ gestartet mit dem Ziel, einen Einkaufsführer für Verbraucher zur sozial-ökologischen Verantwortung der Fleischbranche zu veröffentlichen.

Es wurde an 202 Unternehmen der deutschen Fleischindustrie ein Fragebogen verschickt, in dem folgende Inhaltsbereiche abgefragt wurden:

- * Produktqualität
- * Tierschutzaspekte
- * Interessen der Beschäftigten
- * Umweltschutz

(Sie finden die konkreten Fragen in der Pressemappe)

Da schon klar war, dass die Unternehmen bei diesen Themen nicht ohne weiteres begeistert antworten würden, wurde ein professionelles Forschungsinstitut – die scoris GmbH in Hannover – in die Abwicklung der Unternehmensbefragung einbezogen. Im Anschreiben wurde der Zweck „Erstellung eines aktuellen Einkaufsratgebers zum Thema ‘Fleisch’ durch die VERBRAUCHER INITIATIVE“ selbstverständlich deutlich formuliert.

Trotz Nachfassaktionen, Erinnerungsschreiben und Motivationsversuchen nach „allen Regeln der Kunst“ lagen im Herbst 2003 nur Antworten von insgesamt 18 der über 200 Unternehmen vor. Mit einer Antwortrate von nur 8,9% lag dieses Ergebnis noch unter dem erwarteten Mindestwert von 10%.

Die anfängliche Schätzung von 10 bis 20% Antworten resultierte aus den Erfahrungen, die wir über acht Jahre im Projekt „Sozial-ökologischer Unternehmenstest“ gewinnen konnten. Hier wurden in mehreren aufeinander folgenden Jahren die Lebensmittelbranche, die Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel-Hersteller, die Kosmetikbranche, die Unterhaltungselektronik und die Haushaltsgroßgeräte-Industrie betrachtet und befragt. Die Tatsache, dass die Fleischindustrie sich noch weniger informationsoffen verhielt, als die bisher untersuchten Branchen steht in deutlichem Widerspruch zu dem Anspruch der Öffentlichkeit, gerade in dieser Industrie ein Höchstmaß an Transparenz vorzufinden, um verlorenes Vertrauen wiederzugewinnen.

Sie finden die Namen der Unternehmen, die den Fragebogen nicht beantwortet haben, in der beiliegenden Liste. Wir werden diese Liste auch auf unsere Website www.verbraucher.org stellen.

Da die Anzahl der Antworten offensichtlich nicht ausreichte, um einen Einkaufsführer über die Fleischbranche zu veröffentlichen, wurde beschlossen, die Qualität der vorliegenden Antworten näher zu untersuchen. Mit Unterstützung der NGG gelang es, zu sieben der vorliegenden Fragebögen auch die Stellungnahmen von Betriebsräten, bzw. zuständigen Gewerkschaftssekretären einzuholen. Nur zwei dieser Antworten stimmten genau mit den Antworten überein, die die Unternehmen gegeben hatten. Bei den anderen fünf Fragebögen tauchten mehr oder weniger relevante Unterschiede auf. Zum Schutz der Kolleginnen und Kollegen, die diese Informationen gegeben haben, können wir die Unternehmensnamen natürlich nicht veröffentlichen, aber die Falschangaben können wir Ihnen inhaltlich schildern:.

In einem Fall wurden vom Unternehmen Planungen im Umweltbereich als Leistungen angegeben, die angeblich bereits erbracht werden. Ein Unternehmen verschwieg den Ein-

satz von Leiharbeitern in den letzten zwei Jahren komplett, ein anderes reduzierte die Zahl der eingesetzten Leiharbeiter um ca. die Hälfte. Eine Geschäftsführung verschwieg Zuschläge, die nur für spezielle Mitarbeiter gezahlt werden. Andere Differenzen, wie etwa leichte Unterschiede bei der Angabe der Beschäftigtenzahl oder der Zahl der Auszubildenden wurden als weniger relevant eingeschätzt.

Aufgrund der geringen Anzahl der überprüfbaren Antworten können diese Ergebnisse natürlich nicht als repräsentativ gewertet werden, aber die Tatsache, dass bei einer relevanten Anzahl von Antworten „geschönt“ wurde, zeigt aus unserer Sicht, wie wichtig es ist, bei Unternehmensbewertungen nicht nur auf die Selbstauskünfte von Unternehmen zu bauen, sondern auf unabhängige Verifizierung Wert zu legen. Dieses Prinzip mag Ihnen als Journalisten, bei denen das Instrument der Recherche und Gegenrecherche zum Handwerkszeug gehört, vielleicht elementar erscheinen, aber leider beruhen viele der gegenwärtigen Unternehmensbewertungen immer noch auf unüberprüften Selbstauskünften von Unternehmen (so z.B. im ethischen Investment oder auch bei der Bewertung der sogenannten „Nachhaltigkeit“ von Unternehmen). Wir haben in diesem Projekt Dank der Kooperation mit der NGG die Chance gehabt, die Ergebnisse einmal sehr genau zu überprüfen und die Resultate waren alarmierend. Selbst wenn bei zukünftigen Unternehmensbefragungen der Anteil der „geschönten“ Antworten geringer sein sollte, so steht man immer vor dem Problem, wie diese nicht benutzbaren Daten aus der Gesamtheit des Materials herauszufinden sind.

Die Ergebnisse dieses Projektes weisen gleichzeitig darauf hin, dass die Kompetenzen der Arbeitnehmer in den Betrieben wesentlich besser nutzbar gemacht werden könnten, um Qualitätsmängel oder Risiken verhindern zu helfen, wenn wir nur die entsprechenden strukturellen Voraussetzungen hätten. Damit bin ich beim Kommentar von Herrn Franz-Josef Möllenberg, dem Vorsitzenden der Gewerkschaft NGG, den ich jetzt um seinen Beitrag bitte.

Statement von Franz-Josef Möllenberg, Vorsitzender der Gewerkschaft Nahrung, Genuss, Gaststätten (NGG)

Pressekonferenz HANS-BÖCKLER- STIFTUNG und VERBRAUCHER INITIATIVE "Deutsche Fleischwarenhersteller verweigern Verbraucherinformation!"

Berlin, 20. Januar 2004

Der Wettbewerb in der Fleischbranche wird nicht (mehr) über Qualität, sondern fast ausschließlich nur noch über die Minimierung der Produktionskosten geführt. Dies geht sowohl zu Lasten der Produkteigenschaften als auch zu Lasten der Arbeitnehmer. Arbeitsintensivierung, Sozialabbau und Lohndumping sind an der Tagesordnung. Die Folgen dieses Kostendrucks sehen wir gerade in der Fleischbranche, wo die Betriebe verstärkt mit ausländischen Werkvertragsunternehmen kooperieren. Dort beobachten wir einen ruinösen Kostenwettbewerb, der von einer illegalen Einschleusung von Arbeitnehmern über Sozialabgabenbetrug bis zu willkürlichen Lohnabzügen reicht.

Die Verbraucher sind über diese ruinösen Herstellungsbedingungen in der Regel nicht informiert. Es verwundert deshalb nicht, dass die Verbraucher von sich aus diese Arbeitsbedingungen nicht hinterfragen. Auf der anderen Seite gibt es genügend Beispiele, die belegen, dass der Verbraucher in Kenntnis dieser Missstände, die entsprechenden skandalösen Arbeitsbedingungen nicht weiter unterstützen würde.

Wir brauchen deshalb Markttransparenz nicht nur über Preise und Produktqualität, nicht nur über Umwelt- und Tierschutz, sondern auch über die Arbeits- und Lohnbedingungen der Beschäftigten. In der verbraucherpolitischen Diskussion nimmt leider die artgerechte Tierhaltung einen höheren Stellenwert ein als die artgerechte Arbeitnehmerhaltung. Wenn die Verbraucher über die großenteils zum Himmel schreiende unmenschliche Behandlung und Unterbringung der überwiegend aus Osteuropa in die Schlachthöfe entsandten Arbeitnehmer Bescheid wüssten, würde der Verbraucher diesen Herstellungsbedingungen die "Rote Karte" zeigen.

Aber der Verbraucher benötigt Informationen über die Herstellungsbedingungen noch aus einem anderen Grund. Arbeitnehmer sind die ersten, die mögliche Störungen in der Produktion, die gegebenenfalls eine Beeinträchtigung der Lebensmittel nach sich ziehen, bemerken und rechtzeitig abstellen können. Ein Verbraucher hat deshalb auch ein Interesse daran zu wissen, ob die Beschäftigten nur informell, unverbindlich und kurzfristig in das betriebliche Kontrollmanagementsystem einbezogen werden oder ob die Mitarbeiter mit der nötigen Kompetenz und dem Know how ausgestattet, bei der Gewährleistung der Sicherheits- und Qualitätsstandards formell einbezogen und beteiligt sind.

Voraussetzung für die Behebung von Schwachstellen im Betrieb und für die korrekte Umsetzung der rechtlichen Vorschriften ist die ausreichende Qualifikation. Über die Qualifikation erlangt der Arbeitnehmer die erforderliche Einsicht und das Verständnis sowie die Kompetenz zur Erfüllung der Sicherheitsmaßnahmen. Auch hier ist eine entsprechende Information für die Verbraucher über die Aus- und Weiterbildung in dem Betrieb von Vorteil. Es ist ein Skandal, dass der deutschen Fleischwirtschaft bis heute der ernsthafte Wille fehlt, mit der Gewerkschaft NGG über verbindliche tariflich abgesicherte Aus- und Weiterbildung zu verhandeln.

Gleichzeitig brauchen wir ein effizientes innerbetriebliches Krisen- und Beschwerdemanagement. Dies ist gleichfalls im Interesse der Verbraucher und der Arbeitnehmer. "Warnrufe" von Mitarbeitern über mögliche Störungen müssen innerbetrieblich gefördert, aufgegriffen und ernsthaft behandelt werden. Falls dies nicht geschehen sollte und die Störungen ein ernsthaftes öffentliches Interesse betreffen sollten, benötigen wir ein – in anderen Staaten bereits bewährtes rechtliches Instrument – den Schutz von sog. "whistleblowern". Das heisst, Mitarbeiter dürfen sich ohne rechtliche Nachteile an die zuständigen Behörden oder die Öffentlichkeit wenden. Im übrigen hat die Bundesrepublik Deutschland als OECD-Mitglied dieses Prinzip im Rahmen der sog. "OECD-Guidelines" selbst unterschrieben.

Außerdem wird die Gewerkschaft NGG als Mitglied des Beirates zum Qualitätssicherungssystem verstärkt darauf drängen, dass auch soziale Aspekte in den Kriterienkatalog zur Verleihung des QS-Prüfzeichens aufgenommen werden.