



Bestandsaufnahme zur Nachhaltigkeit von Bananen auf dem deutschen Markt

verfasst von Dr. Dorothea Baur, Baur Consulting AG; November 2016

Einleitung

Bananen sind nach Äpfeln das beliebteste Obst in Deutschland. Aktuell liegt der pro-Kopf-Konsum bei gut 12 kg. Deutschland ist nach Großbritannien der zweitwichtigste Absatzmarkt in der EU, und der sechstgrößte Absatzmarkt weltweit. Gleichzeitig ist der nachhaltige Anbau von Bananen mit einer Reihe von Herausforderungen verbunden. In ökonomischer Hinsicht führt der Einfluss des Preiskampfs zwischen Einzelhändlern auf die Wertverteilung entlang der Wertschöpfungskette zu Diskussionen. Die Debatte über soziale Aspekte konzentriert sich unter anderem auf Löhne und Arbeiterrechte in den Anbauländern. Im Zentrum der ökologischen Auseinandersetzung stehen Themen wie Pestizideinsatz und Schädlingsbekämpfung sowie Biodiversität.

Diese Bestandsaufnahme wurde erstellt, um die Nachhaltigkeitsbemühungen zentraler wirtschaftlicher Akteure auf dem deutschen Markt objektiv darzustellen und sie in Bezug zu setzen zur Wahrnehmung anderer Stakeholder. Basierend auf den Ergebnissen aus über 20 Interviews mit verschiedenen Stakeholdern und aus einer Datenbankrecherche wurden Hebel und Handlungsempfehlungen für das ABNB identifiziert.¹⁾

Im Folgenden werden zuerst die Hebel und Handlungsempfehlungen dargestellt, gefolgt von den ihnen zugrundeliegenden Ergebnissen.

—→ **Diese Bestandsaufnahme wurde erstellt, um die Nachhaltigkeitsbemühungen zentraler wirtschaftlicher Akteure auf dem deutschen Markt objektiv darzustellen und sie in Bezug zu setzen zur Wahrnehmung anderer Stakeholder.**

Hebel zur Transformation und Handlungsempfehlungen an das ABNB

Ein **Hebel zur Transformation des Bananenmarktes** liegt vor, wenn mit verhältnismäßig geringem Aufwand eine signifikante Veränderung hin zu mehr Nachhaltigkeit erzielt werden kann und wenn entweder bereits eine relative Einigkeit unter den relevanten Stakeholdergruppen besteht oder schon Ansätze zur Problemlösung bestehen:

- **Anteil von zertifizierten Bananen auf dem deutschen Markt:** In den letzten Jahren hat sich der Anteil zertifizierter Bananen auf dem deutschen Markt massiv erhöht. Diese Entwicklung ist als positiver Beitrag

zur Nachhaltigkeit zu werten. Damit die Transformation hin zu mehr Nachhaltigkeit nicht ins Stocken gerät, braucht es eine kontinuierliche und offene Auseinandersetzung über ‚minimale Nachhaltigkeitsanforderungen‘ auf der Basis der angebotenen Zertifizierungen.

- **Berücksichtigung von Kleinbauern:** Die spezifische Berücksichtigung von Kleinbauern spielt aktuell eine untergeordnete Rolle in den Nachhaltigkeitsüberlegungen der Einzelhändler. Falls davon ausgegangen wird, dass eine Transformation hin zu mehr Nach-

¹⁾ Die Bestandsaufnahme wurde mittels Interviews mit Akteuren aus verschiedenen Stakeholderkategorien durchgeführt. Sie erhebt keinen Anspruch auf Repräsentativität.

- haltigkeit die Förderung von Kleinbauern bedingt, besteht ein Hebel darin sicherzustellen, dass alle Standardorganisationen der besonderen Situation der Kleinbauern Rechnung tragen, indem sie differenzierte Anforderungen für sie entwickeln. Denkbar wäre auch, dass zertifizierte Händler sich bemühen einen bestimmten Prozentsatz an Bananen aus Kleinbauernproduktion zu beziehen. Außerdem müssten in diesem Fall die **Einzelhändler und Importeure** dazu angehalten werden, die **genaue Herkunft der Bananen** nachzuweisen. Aktuell war es unmöglich von den Einzelhändlern genaue Zahlen betreffend des Anteils ihres Sortiments, welcher durch Kleinbauern abgedeckt wird, zu erhalten.
- **Nachhaltigkeitsberichterstattung:** Die Interviews brachten gewichtige Unterschiede zu Tage bezüglich der Selbstwahrnehmung ihres Nachhaltigkeitsengagements durch wirtschaftliche Akteure und der Fremdwahrnehmung durch andere Stakeholder. Um diese Diskrepanzen zu verringern, sollen die wirtschaftlichen Akteure zu einer besseren Nachhaltigkeitsberichterstattung motiviert werden, mit welcher sie den Stakeholdern umfassende Informationen über die unternommenen Anstrengungen, die offenen Herausforderungen und die gesteckten und erreichten Ziele des Unternehmens vermitteln. Nachhaltigkeitsberichterstattung bietet immer auch eine gute Grundlage für eine Diskussion.
 - Im Bereich **Zertifizierungen** lassen sich drei Hebel identifizieren:
 - **Inhaltliche Vertiefung und Erweiterung der Standards:** Die Interviews haben ergeben, dass verschiedene Stakeholdergruppen über verschiedene Zertifizierungen hinweg inhaltliche Defizite identifizieren. Allerdings ist hier eine gewisse Polarisierung zwischen den Stakeholdergruppen zu beobachten.
 - **Revision der Überprüfungsmechanismen**, indem z.B. mehr Ressourcen in das Management der Audits und gegebenenfalls in den zeitlichen Umfang und die Vorbereitung investiert werden, damit diese ihren Zweck noch zuverlässiger erfüllen.
 - **komplementäre Maßnahmen zu Zertifizierungen:** als Inspiration könnte hier das aktuell laufende Projekt eines Einzelhändlers und einer NGO dienen, welches gezielt Schwächen von Zertifizierungen durch eine kontinuierlichere Begleitung von Produzenten wettmacht.
 - **Kosten einer nachhaltigen Produktion:** die Datenbankrecherche und die Interviews machten deutlich, dass aktuell die Transparenz hinsichtlich der Kosten der Produktion ungenügend ist; hier kommt als **pragmatische Alternative** die Einführung eines **Bananen-Cents** für Nachhaltigkeitszwecke in Betracht. Schon weniger als 0.5 US Cent pro Kilo würden gewaltige Ressourcen freisetzen. Das Hauptaugenmerk müsste hier darauf gelegt werden, dass die Beiträge effizient verwaltet werden und wirklich den Begünstigten zugute kommen.
 - **Unterstützung von Forschung und Schulungen zur Steigerung der Produktivität:** Der harte Preiskampf auf dem Bananenmarkt verlangt permanente Produktivitätssteigerungen, die jedoch nur dann nachhaltig sind, wenn sie nicht auf Kosten von sozialen und ökologischen Aspekten gehen. Die Unterstützung von Forschung zur nachhaltigen Produktivitätssteigerung, sowie die gezielte Schulung von Akteuren, deren Wissensstand aktuell noch ungenügend ist, hat hier großes Potential.
 - **Unterstützung von Forschungsprojekten zu bestimmten ökologischen Themen wie Biodiversität oder Schädlingsbekämpfung:** Die Ausbreitung von Seuchen wie TR4 bedroht die Cavendish-Monokultur akut und es braucht dringend mehr Bananen-Varietäten sowie eine Abkehr vom System der Monokultur. Eine Maßnahme für letzteres ist die Umstellung auf biologischen Anbau, die allerdings für Produzenten mit hohen Investitionskosten sowie zu Beginn mit drastischen Umsatzeinbußen verbunden ist.
 - Maßnahmen zum **Schutz besonders verletzlicher Arbeitergruppen wie Frauen oder Wanderarbeiter**, entweder im Rahmen von Standards oder durch Förderung komplementärer Maßnahmen zu Zertifizierungen: Der Schutz und die Ermächtigung auch der schwächsten Arbeitnehmer bildet einen wesentlichen Beitrag zur sozialen Nachhaltigkeit.
 - Die Einführung eines **Living Wage:** In Kombination mit funktionierender **Gewerkschaftsfreiheit und Tarifverträgen** stellt ein Living Wage, entweder im Rahmen von Standards oder durch nationale Gesetzgebung in den Herkunftsländern, einen wichtigen Beitrag zur fairen Wertverteilung entlang der Lieferkette dar.



**AKTIONSBÜNDNIS FÜR
NACHHALTIGE BANANEN**
ACTION ALLIANCE FOR
SUSTAINABLE BANANAS

Weitere Handlungsempfehlungen an das ABNB

Eine **stärkere Beteiligung der wirtschaftlichen Akteure** wird von verschiedenen Seiten gewünscht. Wenn auch langfristig **nur 5% des Umsatzes** vertreten blieben (durch den Einzelhandel) sowie **nur 10% aller zertifizierten Bananen** (über Standardorganisationen), würde die Sinnhaftigkeit des ABNB in Frage gestellt. Eine stärkere Beteiligung von Einzelhändlern, Importeuren und Standardorganisationen würde die **Relevanz und die Legitimität des ABNB** erhöhen und die Voraussetzungen für effektive Veränderungen hin zu mehr Nachhaltigkeit bilden. Um dies zu erreichen braucht es konstruktive Dialoge mit Verständnis für andere Positionen sowie für alle Akteure ein klares Verständnis des Mehrwertes, der durch die Beteiligung erreicht wird.

Aus den Interviews ging hervor, dass die **Fremdwahrnehmung der Rainforest Alliance** vor allem durch andere NGOs, aber auch durch Gewerkschaften, eher **kritisch** ist. Gleichzeitig lässt die Tatsache, dass es der Rainforest Alliance gelungen ist, innerhalb relativ kurzer Zeit den Anteil der durch sie zertifizierten Bananen signifikant zu erhöhen, **gute Beziehungen zu den Einzelhändlern** (und Importeuren) vermuten.

Vor diesem Hintergrund ist eine **Beteiligung der Rainforest Alliance** zentral, um auch **wirtschaftliche Akteure** zu mehr Engagement motivieren. Aktuell sehen diese sich im ABNB vor allem mit NGOs konfrontiert, die der wichtigsten von ihnen verwendeten Zertifizierung eher kritisch gegenüber stehen. Solange die größte Standardorganisation nicht mit am Tisch sitzt, ist insbesondere eine Diskussion über Standards oder ihre Überprüfungsmechanismen wenig zielführend.

In den Gesprächen mit den wirtschaftlichen Akteuren wurde deutlich, dass ihr **Engagement** für die Nachhaltigkeit von Bananen **facettenreicher** ist, als es ihnen gemeinhin von Stakeholdern attestiert wird, respektive, dass sich ihre **Selbstwahrnehmung** deutlich von der **Fremdwahrnehmung** unterscheidet. Um wirtschaftliche Akteure zu einem stärkeren Engagement im ABNB zu motivieren, ist es wichtig, ihnen die Gelegenheit zu geben, ihr Engagement sowie auch die (von ihnen so wahrgenommenen) **Grenzen ihrer Verantwortung** darzulegen.

Das ABNB muss glaubwürdig demonstrieren, dass die **Aussagen der Wirtschaftsakteure** zur Kenntnis genommen werden und ihnen zusichern, dass diese **bei der Definition zukünftiger Aktivitäten sowie bei der Identifikation von Handlungsschwerpunkten berücksichtigt werden**. Dies bedingt jedoch eine aktive Teilnahme von zumindest einigen Vertretern der Privatwirtschaft. Um die wirtschaftlichen Akteure verstärkt an Bord zu holen, ist es ebenfalls zentral, sie auch in die **Definition der Governance-Strukturen** des ABNB einzubeziehen, damit sie adäquat repräsentiert sind.

Es empfiehlt sich in einer ersten Phase den **Fokus auf diejenigen Bereiche zu legen, in welchen Unternehmen bereit sind Verantwortung zu übernehmen**. Hier kann den Unternehmen konkrete Unterstützung bei der Wahrnehmung ihres Verantwortungsbereiches angeboten werden, wodurch auch der Mehrwert der Mitarbeit im ABNB offensichtlich wird.

—————> **Es empfiehlt sich in einer ersten Phase den Fokus auf diejenigen Bereiche zu legen, in welchen Unternehmen bereit sind Verantwortung zu übernehmen.**



**AKTIONSBÜNDNIS FÜR
NACHHALTIGE BANANEN**
ACTION ALLIANCE FOR
SUSTAINABLE BANANAS

Grundlegende Ergebnisse und Einordnung

Angebot an Bananen auf dem deutschen Markt

Der größte Teil der Bananen in Deutschland stammt aus Ecuador, Kolumbien, Costa Rica und Peru. Die **Lieferkette** besteht in der Regel aus Produzenten, Exporteur, Importeur, Einzelhändler, wobei Produzent, Exporteur und Importeur teilweise identisch sind. In **Deutschland scheint aktuell keine Tendenz zu bestehen, wonach Einzelhändler direkt bei Produzenten kaufen.**

Alle befragten Einzelhändler und Importeure betonen, dass sie **langfristige Lieferantenverträge** haben. Der **Spotmarkt** für Bananen spielt **kaum eine Rolle.**

Kleinbauern spielen eine **untergeordnete Rolle** beim ‚sourcing‘ der Einzelhändler und Importeure, die den **Massenmarkt** bedienen. Das bedeutet, dass das Engagement derjenigen Labels, die sich explizit auf Kleinbauern konzentrieren, nur bedingt in den Massenmarkt einfließt und dass die Hürden um in den Massenmarkt liefern zu können, für Kleinbauern besonders hoch sind.

Bei allen befragten **Importeuren** gilt als **Minimumstandard** für den deutschen Markt **GlobalG.A.P.** Sie richten jedoch ihr Angebot an zertifizierter Ware maßgeblich an der Nachfrage durch den Einzelhandel aus. Der Anteil von Bio- und/oder Fairtrade-Bananen betrug bei den befragten Importeuren 10 bis 20%, mit Ausnahme eines Nischenimporteurs, der zu 100% Bio- und Fairtrade-Bananen bezieht.

Der Anteil an **Bio- und/oder Fairtrade-Bananen** bei den befragten **Einzelhändlern** beträgt zwischen **8 und 20%**. Bei zwei der drei befragten Einzelhändler sind alle übrigen Bananen Rainforest Alliance-zertifiziert.

Da auch die **Discounter** eine flächendeckende **Rainforest Alliance-Zertifizierung** ihres Bananenangebots verlangen, kann davon ausgegangen werden, dass aktuell (2016) der **größte Anteil** (min. 80%) der in Deutschland verkauften Bananen **entweder Rainforest Alliance oder Bio- und/oder Fairtrade** (ca. 10%) **zertifiziert** sind.

Eigene Maßnahmen der wirtschaftlichen Akteure

Das Nachhaltigkeitsengagement der interviewten Akteure schlägt sich in verschiedenen Maßnahmen nieder, welche über Zertifizierungen hinausgehen. Genannt wurde z.B. die **regelmäßige Präsenz vor Ort** (im Fall der Importeure), unternehmenseigene **Codes of Conduct**

für Lieferanten, die **Mitgliedschaft in CSR-Initiativen, Partnerschaften mit lokalen NGOs, Trainings** für Produzenten, **Philanthropie** sowie der **Zugang zu zinsfreien Krediten.**

Chancen und Grenzen von Zertifizierungen

Die Interviews widerlegten den oft von Kritikern vorgebrachten Vorwurf, dass die Motivation wirtschaftlicher Akteure, zertifizierte Ware zu beziehen nur auf Reputationsüberlegungen basiert. Argumente wie die **Entlastung der eigenen Kapazitäten, Kompetenzteilung oder Qualitätssteigerung** vermitteln den Eindruck, dass **Zertifizierungen eine wichtige Rolle in der Geschäftsstrategie** zukommt, unabhängig von der inhaltlichen Ambition und dass sie daher keinesfalls vorschnell als reine ‚PR-Überlegungen‘ abgetan werden sollten.

Gleichzeitig steht aber kein Akteur, auch nicht Standardorganisationen, Zertifizierungen völlig unkritisch gegenüber. So waren sich Akteure aus allen Stakeholdergruppen einig, dass Zertifizierungen nur **Momentaufnahmen** machen. Außerdem können sie spezifische

lokale Kontexte nie vollkommen berücksichtigen (NGO) und sind potenziell anfällig für **Korruption**. Schließlich bedeuten Zertifizierungen **hohe Kosten und Komplexität** für Produzenten – dieser Trend wird zusätzlich verschärft durch das Aufkommen eigener Standards von Einzelhändlern.

Als **inhaltliche Schwachpunkte** der verschiedenen Nachhaltigkeitsstandards im Bananensektor wurden genannt: die mangelnde **Rückverfolgbarkeit** der zertifizierten Bananen, Mindestpreise, **Gewerkschaftsfreiheit, Tarifverträge, Living wage, Geschlechtergerechtigkeit**, sowie fehlende Kritik an der **Monokultur**. Allerdings weichen hier die Einschätzungen der einzelnen Stakeholder stark voneinander ab.



**AKTIONSBÜNDNIS FÜR
NACHHALTIGE BANANEN**
ACTION ALLIANCE FOR
SUSTAINABLE BANANAS

Kosten einer nachhaltigen Produktion

Das größte Problem bei der Frage nach den Kosten einer nachhaltigen Produktion besteht in der **mangelnden Transparenz**. Es gibt weder Einigkeit darüber, wie die effektiven Kosten einer nachhaltigen Produktion be-

rechnet werden sollen, noch darüber, was die effektiven Kosten betragen. Wirtschaftliche Akteure begründen ihre Zurückhaltung bei der Schaffung von Transparenz regelmäßig mit dem Kartellrecht.

Rolle von und Erwartungen an einzelne Stakeholdergruppen

Die **Fremdwahrnehmung der Stakeholdergruppen** weicht häufig stark von der Eigenwahrnehmung ab. So gibt es sowohl in Bezug auf die Rolle des Einzelhandels als auch der Importeure unterschiedliche Einschätzungen. Das Gleiche gilt für die Erwartungen an die Konsumenten

und die Beurteilung der Rolle der NGOs. Insgesamt kann aber festgehalten werden, dass die Kritik am respektive die **Erwartungshaltung gegenüber dem Einzelhandel derzeit am stärksten zum Ausdruck gebracht** wird.

Handlungsbedarf

Handlungsbedarf wurde grundsätzlich in vier Bereichen identifiziert: rechtlich/politisch, sozial, ökologisch und ökonomisch. Basierend darauf wurden die eingangs dargestellten **Hebel zur Transformation des Bananenmarktes** identifiziert.

Rechtliche Regulierung spielt für viele Akteure eine **untergeordnete Rolle**. Wichtig wäre aber eine bessere Durchsetzung von Arbeitsrechten in den Herkunftsländern.

Als zentrales **wirtschaftliches Erfordernis** wurden **Produktivitätssteigerungen** im Anbau genannt. Verschiedene Akteure forderten zudem größere **Transparenz** (mehr Daten zur Wertverteilung entlang der Lieferkette) als Voraussetzung, um die Nachhaltigkeit von Bananen zu erhöhen.

Als zentrale **soziale Erfordernisse**, die aktuell ungenügend erfüllt sind, wurden genannt: **Tarifverträge** und **Gewerkschaftsfreiheit**, Definition und Einführung eines

Living Wage für Arbeiter, **Gesundheit und Sicherheit** der Arbeiter, **Geschlechtergerechtigkeit**, Schutz von **Wanderarbeitern** sowie **Stärkung von Kleinbauern**.

Im Bereich der **Ökologie** wurde folgender Handlungsbedarf identifiziert: gemeinschaftliche **Forschung** über Unternehmensgrenzen hinweg, Prävention von **TR4**, Reduktion des **Pestizideinsatzes**, Reduktion des **CO₂-Abdrucks**, besseres **Wassermanagement**, Anpassung an den **Klimawandel** und Erhöhung der Widerstandsfähigkeit, Förderung der **Biodiversität**, Abkehr von großflächiger **Monokultur**, **Förderung von Bio-Bananen** bzw. Unterstützung während der Umstellung durch Kauf von Bananen von Plantagen, die sich in der Umstellung auf Bio-Produktion (Engl.: in transition) befinden (NGOs).