

FACTSHEET

Der Grüne Knopf ist kein Garant für effektiven Menschenrechtsschutz

Das Nachhaltigkeitslabel „Grüner Knopf“ wirbt mit den Schlagworten „sozial.ökologisch.staatlich.unabhängig zertifiziert.“ Doch die Kriterien und Prüfungen des Knopfes sind nicht stark genug, und so ziert das Label auch Produkte von Unternehmen, die die Einhaltung der Menschenrechte nur unzureichend sicherstellen.

Hält der Grüne Knopf was er verspricht?

Der Grüne Knopf weckt große Erwartungen. Das vom deutschen Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) lancierte Label will zeigen, dass Konsumentinnen und Konsumenten nachhaltige Mode kaufen können. Das Logo mit dem Grünen Knopf an einem T-Shirt, einer Mütze oder an der Bettwäsche soll verlässliche Orientierung im Label-Dschungel bieten.

Doch kann der Grüne Knopf diese selbstgesteckten Ansprüche erfüllen? Können Verbraucher*innen wirklich sicher sein, dass die Produkte „sozial“ und „ökologisch“ hergestellt wurden, und die Unternehmen ihre menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten wahrnehmen?

Ein Jahr nach dem Start des Grünen Knopfes haben FEMNET und Public Eye die Firmen unter die Lupe genommen und untersucht, was diese bezüglich ihrer Sorgfaltsprüfung öffentlich berichten.

Das ernüchternde Fazit: in der praktischen Umsetzung stellt der Grüne Knopf, entgegen dem Anspruch im Logo, keine Garantie für soziale Produktionsbedingungen dar. Die öffentliche Berichterstattung vieler Firmen ist unzureichend. Standard und Prüfprozess weisen Mängel auf, so dass der Grüne Knopf in der Praxis nicht liefert, was sich viele von ihm versprechen: Kleider und Textilwaren, die ohne Ausbeutung und Umweltverschmutzung hergestellt wurden.

Im Fokus: die Unternehmenskriterien des Grünen Knopfes

Im Gegensatz zu vielen anderen Gütesiegeln, die lediglich Produkte und deren Produktionsverfahren prüfen, hat das BMZ als Entwicklerin des Grünen Knopf erkannt, dass dies allein unzureichend ist. Denn strukturelle Probleme, die sich aus den Geschäftspraktiken der Markenfirmen ergeben, werden so nicht erfasst. Dazu gehören etwa der Preisdruck, den viele Modefirmen auf ihre Lieferanten ausüben, immer kürzeren Lieferfristen, das Ausspielen von Lieferanten gegeneinander oder die systematische Unterdrückung von Gewerkschaften. Folgerichtig formuliert der Grüne Knopf zusätzlich zu produktbezogenen Kriterien auch 20 Unternehmenskriterien.

FACTSHEET ZUM RECHERCHEBERICHT «Hält der Grüne Knopf was er verspricht? Was Unternehmen über menschenrechtliche Risiken und Maßnahmen in ihren Lieferketten berichten», Herausgegeben von FEMNET und Public Eye, Januar 2021. Autor*innen: Gisela Burckhardt, FEMNET (V.i.s.d.P.) und David Hachfeld, Public Eye

FEMNET

Kaiser-Friedrich-Str. 11, D - 53113 Bonn
Tel. +49 228 18038116, info@femnet.de
www.femnet.de

Public Eye

Dienersstrasse 12 – Postfach, CH - 8021 Zürich
Tel. +41 44 2 777 999, kontakt@publiceye.ch
www.publiceye.ch

Die Unternehmenskriterien gliedern sich in fünf Kernelemente. Geprüft wird, ob Firmen 1) in ihrer Unternehmenspolitik Menschenrechte und Umweltschutz sicherstellen, 2) Risiken und Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit entlang ihrer Lieferkette prüfen, 3) effektive Maßnahmen ergreifen, um diesen Risiken zu begegnen, 4) darüber transparent und öffentlichen berichten und 5) Beschwerdemechanismen für potenziell Betroffene bereithalten.

Die Kernelemente sind von den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte sowie dem OECD-Leitfaden für die Erfüllung der Sorgfaltspflicht zur Förderung verantwortungsvoller Lieferketten in der Bekleidungs- und Schuhwarenindustrie abgeleitet.

Die Untersuchung

Für die Untersuchung wurde die öffentliche Kommunikation von 31 Grüner-Knopf-Firmen¹ analysiert. Einbezogen wurden auf Webseiten veröffentlichte sowie auf Anfrage zugesandte Informationen über die Sorgfaltsprüfung der Unternehmen. Die Informationen wurden anhand eines Analyserasters ausgewertet, welches sich an den Anforderungen für die öffentliche Kommunikation des Grüner-Knopf-Standards und am OECD-Leitfaden orientiert. Besonderes Augenmerk wurde dabei auf drei spezifische und in der Textilindustrie stark verbreitete Risiken gelegt: das Fehlen existenzsichernder Löhne, geschlechtsspezifische Gewalt und fehlende Vereinigungsfreiheit. Leitfragen der Untersuchung waren:

- ➔ Erfüllen die Firmen, die nach dem Grünen Knopf zertifiziert sind, ihre Verpflichtung in Bezug auf öffentliche Kommunikation (nach Kriterium 4.1)?
- ➔ Sind die von den Firmen öffentlich berichteten Praktiken angemessen, um ihren menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten nachzukommen und effektiv Menschenrechte in ihren Lieferketten zu schützen?

Die Ergebnisse im Überblick

Unternehmen berichten zwar allgemein über menschenrechtliche Risiken, liefern aber nur wenig aussagekräftige und nicht auf ihre jeweilige Lieferketten bezogene Informationen.

Viele der 31 Firmen kommunizieren zwar in allgemeiner Form zu den Elementen ihrer Sorgfaltsprüfung. Doch nur acht gehen auch auf länderspezifische Risiken sowie Risiken ein, die durch ihre Einkaufspraktik entstehen. Beim überwiegenden Teil der Firmen ist die öffentliche Risiko-Kommunikation lückenhaft. Entweder werden Risiken zu wenig auf die spezifische Unternehmens- und Lieferkettenstruktur und Einkaufspraxis bezogen, oder wesentliche und in den textilen Lieferketten weit verbreitete Risiken werden ohne plausible Begründung nicht priorisiert, teilweise nicht einmal erwähnt.

Existenzsichernde Löhne erhalten keine Priorität.

Nur zwei Unternehmen berichten aussagekräftig über das Ausmaß und die Schwere des Risikos fehlender existenzsichernder Löhne. Elf Unternehmen haben das Risiko zwar priorisiert, berichten jedoch nicht über Ausmaß und Schwere des Problems, bei 18 Unternehmen konnte die Untersuchung überhaupt keine Priorisierung erkennen. Das ist problematisch, denn Armutslöhne stellen nicht nur selbst eine praktisch flächendeckende und schwerwiegende Rechtsverletzung dar, sie erhöhen auch das Risiko anderer Rechtsverletzungen in der Arbeitswelt (z.B. exzessive Arbeitszeiten) und im Leben der Arbeiter*innen und ihrer Familien (z.B. Mangelernährung). Die niedrige Priorität

¹ 3Freunde, Aldi Nord, Aldi Süd, Alma & Lovis, Bierbaum Unternehmensgruppe, Bonprix (Otto Group), Brands Fashion, CharLe, Derbe (K-Sports), Dibella, Engel, Feuervogel, Hakro, Hans Natur, Hess Natur, Hopp, Kaufland, Kaya&Kato, Lidl, Melawear, Miles (Li & Fung), Millitomm, Modespitze Plauen, Phyne, Pos.sei.mo, Rewe, Schweickhardt Moden, Tchibo, Teamdress, Trigema und Vaude.

der Lohnproblematik spiegelt sich auch in den kommunizierten Maßnahmen der Firmen wider: Lediglich bei fünf Unternehmen wurden im Zuge der Untersuchung aussagekräftige Informationen zu Maßnahmen im Bereich Existenzlöhne gefunden.

Geschlechtsspezifische Gewalt wird ausgeblendet.

Nur drei Unternehmen berichten über Ausmaß und Schwere des Risikos geschlechtsspezifischer Gewalt am Arbeitsplatz, sieben nennen zumindest das Problem explizit, die restlichen 21 Unternehmen haben geschlechtsspezifische Gewalt nicht als wesentliches Risiko priorisiert oder explizit erwähnt. Faktisch also nehmen zwei Drittel der Unternehmen geschlechtsspezifische Gewalt in der Fabrik nicht als eine Menschenrechtsverletzung wahr. Dies ist höchst problematisch, da in der Textilindustrie vor allem Frauen arbeiten und geschlechtsspezifische Gewalt weit verbreitet ist.

Die niedrige Priorisierung führt dazu, dass Firmen kaum aktiv werden, um dem Risiko geschlechtsspezifischer Gewalt in Ihren Lieferketten zu begegnen: Nur vier berichten über gezielte Maßnahmen.

Unterdrückung von Gewerkschaften wird nicht als hohes Risiko eingestuft.

Lediglich zwei Unternehmen berichten über Ausmaß und Schwere des Risikos fehlender Vereinigungsfreiheit. Neun Unternehmen berichten nicht detailliert, heben jedoch zumindest das Risiko hervor. Bei den anderen 20 Unternehmen wurde keine Priorisierung von Vereinigungsfreiheit als wesentliches Risiko festgestellt. Nur neun Unternehmen berichten über Aktivitäten, um eine freie gewerkschaftliche Betätigung sicherzustellen, obwohl alle formal die ILO Kernarbeitsnorm anerkennen und wissen müssten, welche zentrale Funktion aktive Gewerkschaften für die Durchsetzung von Arbeitsrechten und sozialen Produktionsbedingungen haben.

Unternehmen verfügen nur über schwache Beschwerdemechanismen.

Bei vier Unternehmen wurden aussagekräftige Informationen zu einem soliden Beschwerdemechanismus gefunden, bei 18 weiteren zumindest Hinweise auf rudimentäre Ansätze von Beschwerdemechanismen. Neun Firmen weisen hingegen keine Bemühungen aus. Möglicherweise stützen sich diese teilweise auf Initiativen und Zertifikate, die formell lokale Beschwerdemechanismen (meist auf Fabrikebene) vorschreiben, oder sie stufen ihre Produktionsorte nicht als Risikoländer ein. Doch Erklärungen dazu liefern sie nicht. Dass viele Unternehmen bislang nur unsystematische oder gänzlich unzureichende Beschwerdemechanismen haben, zeigt sich auch daran, dass lediglich bei fünf Firmen aussagekräftige und detaillierte Informationen über eingegangene Beschwerden gefunden wurden.

Fazit und Empfehlungen

Der Grüne Knopf fällt deutlich hinter die im OECD-Leitfaden formulierten Ansprüche an die öffentliche Berichterstattung zur menschenrechtlichen Sorgfaltsprüfung zurück.

Das BMZ muss aktiv nachsteuern, um zu verhindern, dass mit dem Grünen Knopf ein niedriger Berichtsstandard etabliert und eine nur oberflächliche Sorgfaltsprüfung gefördert wird. Die Indikatoren des Grünen Knopfes müssen so nachgeschärft werden, dass sie mindestens die Anspruchsebene des OECD-Leitfadens für die Erfüllung der Sorgfaltspflicht zur Förderung verantwortungsvoller Lieferketten in der Bekleidungs- und Schuhwarenindustrie erreichen.

Unternehmen dürfen nicht mit den Grünen Knopf zertifiziert werden, wenn sie die Kriterien lediglich teilweise erfüllen oder die Umsetzung nur für die Zukunft ankündigen.

Der Grüne Knopf ist eine Gewährleistungsmarke, das BMZ als Siegelgeber übernimmt damit die Gewähr, dass die Produkte, die Arbeitsbedingungen in der Produktion und die Unternehmenspraktiken der Markenfirmen die im Standard gesetzten Kriterien zum Zeitpunkt der Kennzeichnung mit

dem Siegel vollständig erfüllen. Unternehmen dürfen den Grünen Knopf nur erhalten, wenn sie in ihren Maßnahmen gezielt auf ihre priorisierten Risiken reagieren und berichten, welche Schritte sie zu einer Aufhebung oder Abmilderung dieser Risiken unternehmen. Im Prüfprozess ist zu untersuchen, ob die Maßnahmen tatsächlich geeignet sind, Verletzungen und Risiken in der gesamten Lieferkette in einem definierten Zeitraum einzudämmen.

Der Grüne Knopf darf keine Ausnahmen für in der EU hergestellte Produkte machen.

Können Unternehmen nachweisen, dass Produkte vollständig in der EU gefertigt wurden, sind für die Einhaltung der produktbezogenen Grüner-Knopf-Kriterien im Bereich Soziales keine zusätzlichen Nachweise erforderlich. Doch auch in Europa werden Rechte verletzt, „Made in EU“ ist kein Garant für gute Arbeitsbedingungen. Bezüglich der Unternehmenskriterien ist das BMZ daher der Auffassung, dass jedes in der EU produzierende Unternehmen „die Risiken in den EU-Produktionsländern kennen, analysieren und effektive Gegenmaßnahmen ergreifen“ muss. Doch die Untersuchung zeigt, dass die berichteten Risikoanalysen und Maßnahmen zu unspezifisch und unzureichend sind, um den Problemen in der EU-Produktion, etwa Armutslöhnen, effektiv zu begegnen.

Produktsiegel allein sichern keinen hinreichenden Menschenrechtsschutz.

Das Prüfhandbuch des Grünen Knopf suggeriert bei zahlreichen Indikatoren, dass die flächendeckende Verwendung von Zertifikaten wie GOTS und Fairtrade sowie „Corrective Action Plans“ im Rahmen von Sozialaudits bereits hinreichende Maßnahmen der menschenrechtlichen Sorgfaltsprüfung darstellen. Dies aber untergräbt das sinnvolle Zwei-Säulen-Modell, das neben der Produktebene auch die Unternehmensprüfung vorsieht. Mit der Anerkennung von Produktzertifikaten als Nachweis wird die Unternehmensprüfung ad absurdum geführt.

Der Grüne Knopf taugt nicht als Blaupause für ein Lieferkettengesetz.

Es erweist dem Sorgfaltsprüfungsprinzip einen Bärendienst, wenn ein Unternehmen zwar sehr umfangreich, aber nur abstrakt, allgemein oder nicht bezogen auf die jeweilige Lieferkette über Risiken berichtet und dafür Anerkennung in Form einer staatlichen Zertifizierung erfährt. Ebenso problematisch ist die Darstellung einzelner Maßnahmen zur Risikoabwendung, wenn daraus nicht hervorgeht, in welchem Verhältnis diese zum Umfang der Lieferkette stehen und wie wirksam sie sind.

Wenn für ein Lieferkettengesetz, ob in Deutschland, der EU oder anderswo Ansprüche definiert werden, reichen die derzeitigen Kriterien des Grünen Knopfes nicht als Vorlage aus.

Entscheidend ist nicht die formale Nennung bestimmter Risiken, Maßnahmen oder anderer Aspekt, sondern die tatsächliche Aussagekraft der Informationen, und ob diese bezogen auf Gestalt und Umfang der Lieferkette und der Unternehmen relevant, spezifisch, aktuell und klar sind.

Es macht einen beträchtlichen Unterschied, ob ein Unternehmen beispielsweise ein Programm zur Prävention von geschlechtsspezifischer Gewalt mit seinen zwei einzigen Lieferanten durchführt oder ob ein Unternehmen mit tausenden Zulieferern nur bei zwei Lieferanten dieses Programm durchführt. Und auch, ob ein Unternehmen die Wirkung dieser Programme nachverfolgt und kommuniziert oder lediglich über ihre Existenz berichtet, nicht aber über ihre Wirkung.

Bei den Anforderungen an die öffentliche Kommunikation muss das BMZ klarstellen, dass eine lediglich allgemeine Nennung von Risiken unzureichend ist. Unternehmen sollten über festgestellte Risiken umfassend, spezifisch und bezogen auf die eigene Geschäftstätigkeit, ihre Einkaufspraxis und auf die Struktur ihrer Lieferkette berichten müssen. Der Grüne Knopf muss Mindestvorgaben zur Lieferkettentransparenz machen. Dies ist unabdingbar, um die Angemessenheit von Risikoanalysen einschätzen und um gezielt auf Risiken und Rechtsverletzungen bei bestimmten Lieferanten hinweisen zu können.

Empfehlungen an das BMZ als Siegelgeberin

- Die Indikatoren des Grünen Knopfes sollten so **nachgeschärft werden**, dass sie mindestens die Anspruchsebene des OECD-Leitfadens für die Erfüllung der Sorgfaltspflicht zur Förderung verantwortungsvoller Lieferketten in der Bekleidungs- und Schuhwarenindustrie erreichen. Dafür sollte das BMZ ein Alignment Assessment zwischen dem Grünen Knopf und dem OECD-Leitfaden beauftragen.
- Die **Schulungen und die Vorgaben für die Prüfstellen** sollten angepasst werden, damit diese die tatsächliche Aussagekraft der öffentlichen Informationen stets im Kontext der jeweiligen Lieferkette der Unternehmen prüfen.
- Die Anforderungen des Grünen Knopfes sollten **auf die gesamte Lieferkette ausgeweitet** werden und nicht länger auf die Verarbeitungsschritte „Zuschneiden und Nähen“ sowie „Bleichen und Färben“ beschränkt bleiben, denn dies konterkariert ein holistisches Verständnis von menschenrechtlicher Sorgfaltsprüfung. Auch Sub-Lieferanten und Vertrags- oder Heimarbeiter*innen sollten erfasst werden.
- Bei den Anforderungen an die öffentliche Kommunikation muss das BMZ klarstellen, dass eine lediglich allgemeine **Nennung von Risiken** unzureichend ist. Unternehmen sollten festgestellte Risiken umfassend, spezifisch und bezogen auf die eigene Geschäftstätigkeit, ihre Einkaufspraxis und auf die Struktur ihrer Lieferkette kommunizieren müssen.
- Die Anforderung an die **Risikoanalyse** sollte die Durchführung systematischer Gap-Analysen zur Feststellung des Ausmaßes und der Schwere von Risiken pro Land zumindest in Bezug auf Schwerpunktthemen verpflichtend vorsehen.
- Der Grüne Knopf sollte Mindestvorgaben zur **Lieferkettentransparenz** machen. Unternehmen sollten zumindest Namen, Adressen, Muttergesellschaften, Art der produzierten Waren und Anzahl der Beschäftigten veröffentlichen.
- Unternehmen dürfen den Grünen Knopf nur erhalten, wenn sie in ihren **Maßnahmen** gezielt auf ihre priorisierten Risiken reagieren und berichten, welche Schritte sie zu einer Aufhebung oder Abmilderung diese Risiken unternehmen. Vorzeigeprojekte allein stellen keine ausreichenden Maßnahmen dar. Bei Folgeprüfungen muss auch die Wirkung der bisherigen Maßnahmen analysiert werden.
- Bei der Grüner-Knopf-Prüfung dürfen **Produktzertifikate nicht als Beleg** für die Einhaltung von Unternehmenskriterien akzeptiert werden, dies führt das Zwei-Säulen-Modell ad absurdum. Die Unternehmensprüfung muss vielmehr selbst die Umsetzung von Maßnahmen gegen priorisierte Risiken überprüfen.
- Das BMZ sollte von Unternehmen einfordern, dass diese öffentlich und transparent berichten, wie sie ihre **Einkaufspraktiken** und insbesondere Einkaufspreise (um)gestalten, um menschenrechtliche Risiken in ihrer Lieferkette zu reduzieren.
- Die Kriterien zu **Beschwerdemechanismen** sollten klarstellen, dass die auf Unternehmensebene eingerichteten Mechanismen mindestens den Qualitätsanforderungen des OECD-Leitfadens (regelmäßig, zugänglich, berechenbar, gerecht, transparent, dialogbasiert) entsprechen müssen. Die öffentliche Berichterstattung der Unternehmen darüber muss so gestaltet sein, dass die Art und Weise der Erfüllung der Qualitätsanforderungen und die Funktionsweise der Beschwerdemechanismen nachvollziehbar wird.

Weitere Ergebnisse und Empfehlungen finden sich im Recherchebericht: www.publiceye.ch/gruener-knopf sowie auf www.femnet.de/gruener-knopf

