



**Stadt
Luzern**

Stadtrat

Stellungnahme

zum

Postulat 304

Martina Akermann und Daniel Furrer namens der SP/JUSO-Fraktion, Christian Hochstrasser und Katharina Hubacher namens der G/JG-Fraktion sowie Albert Schwarzenbach vom 23. Dezember 2015 (StB 318 vom 8. Juni 2016)

**Wurde anlässlich
Ratssitzung vom
30. Juni 2016
teilweise überwiesen und
gleichzeitig abgeschrieben.**

Luzern wird eine Fair Trade Town

Der Stadtrat nimmt zum Postulat wie folgt Stellung:

Seit anderthalb Jahren können sich Schweizer Gemeinden bei der Organisation „Swiss Fair Trade“ um die Auszeichnung „Fair Trade Town“ bemühen. Das Label ist für Gemeinden bestimmt, die sich aktiv für Produkte aus fairem Handel einsetzen.

Die Postulanten beabsichtigen ein Bekenntnis der Stadt, eine Sensibilisierung der Bevölkerung und eine Positionierung, die das Ansehen des Wirtschaftsstandortes verbessern und zu einem positiven Image der Wohn- und Tourismusstadt beitragen kann.

Bis jetzt wurden zwei Gemeinden ausgezeichnet: Glarus Nord im Februar und Zweisimmen im April 2016. Mit Wil SG, Bern, Capriasca und Delémont bewerben sich vier weitere Gemeinden.

Auf der Website www.fairtradetown.ch finden sich die fünf Kriterien, die eine Stadt erfüllen muss:

„1. Die Stadt/Gemeinde bekennt sich zum Fairen Handel

- Die zuständige politische Instanz beschliesst, die Auszeichnung als „Fair Trade Town“ anzustreben.
- Die Stadt/Gemeinde verwendet in ihrer Verwaltung Fair Trade-Kaffee sowie mindestens 2 weitere Fair Trade-Produkte.
- Die Stadt/Gemeinde verpflichtet sich, für die Auszeichnung als „Fair Trade Town“ eine offizielle Veranstaltung zu organisieren.

2. Eine Arbeitsgruppe koordiniert das Fair Trade-Engagement

- Die Stadt/Gemeinde setzt eine Arbeitsgruppe ein, welche die Umsetzung der Ziele von „Fair Trade Town“ koordiniert und überprüft.
- Die Fair Trade-Arbeitsgruppe trifft sich regelmässig und dokumentiert die Einhaltung der einzelnen Kriterien.
- Die Fair Trade-Arbeitsgruppe stellt sicher, dass in der Stadt/Gemeinde mindestens 1 Mal pro Jahr eine Fair Trade Town-Aktivität stattfindet.

3. Detailhandel und Gastronomie/Hotellerie bieten Fair Trade-Produkte an

- Lokale Detailhandelsgeschäfte führen mindestens 5 Fair Trade-Produkte im Sortiment und kommunizieren dies ihren Kunden.
- Gastronomie- und Hotelleriebetriebe integrieren mindestens 3 Fair Trade-Produkte in ihr Angebot und kommunizieren dies ihren Kunden.
- Detailhandel und Gastronomie-/Hotelleriebetriebe beteiligen sich an lokalen Aktivitäten zum Fairen Handel.

4. Institutionen und Unternehmen verwenden Fair Trade-Produkte

- In Institutionen wie Schulen, Kindertagesstätten und Alterszentren, in Vereinen oder Kirchgemeinden werden regelmässig Fair Trade-Produkte verwendet.
- Unternehmen setzen auf Fair Trade-Produkte.
- Institutionen und Unternehmen beteiligen sich an lokalen Aktivitäten zum Fairen Handel.

5. Durch Öffentlichkeitsarbeit wird der Faire Handel der Bevölkerung nähergebracht

- Der Faire Handel wird durch regelmässige Berichterstattung in lokalen Publikationen, in Aussendungen und auf der Webseite der Stadt/Gemeinde zum Thema gemacht.
- Die jährliche Veranstaltung zum Fairen Handel wird in der lokalen Presse und in allen Kanälen der Stadt/Gemeinde kommuniziert.
- Die Stadt/Gemeinde plant und organisiert eine öffentliche Veranstaltung zur Verleihung der Auszeichnung als Fair Trade Town und lädt die lokale Presse ein.“

Dazu kommt ein bevölkerungsabhängiger Beitrag an die Kampagne, der für Luzern jährlich Fr. 2'500.– ausmachen würde.

Der Stadtrat Winterthur hat einen ähnlichen Vorstoss abgelehnt mit der Begründung: „Fair-trade Town würde jährliche Sachkosten von ca. 10–20'000 Franken und nach einem Initialaufwand rund 25 Stellenprozent verursachen. Der Aufwand für ein Label ist recht hoch. Es ist dem Stadtrat zu teuer und zu aufwendig.“

Bei den vorgeschlagenen Aktionen ist zu hinterfragen, ob diese Ideen für eine Stadt geeignet sind. Es ist wohl kaum angemessen, dass wir uns in der heutigen Zeit wegen des Konsums der richtigen Kaffeesorte mit einem Stadt-Label schmücken wollen. Das scheint unverhältnismässig in Anbetracht der umfassenden Bedeutung des Themas. Da wird etwa vorgeschlagen:

- „a. Einen Wettbewerb auszuschreiben für das fairste Unternehmen und die lokale Wirtschaft animieren, sich mit dem Fairen Handel auseinander zu setzen.
- b. Gemeinsam mit den lokalen Medien nach der Miss oder dem Mister Fair Trade suchen: Jene Person, die sich ganz besonders für den Fairen Handel einsetzt. Die/der Gewinner/in wird an der jährlichen Fair Trade-Veranstaltung ausgezeichnet.
- c. Mit lokalen Prominenten ein lebensgrosses Fair Trade-Töggeli-Turnier organisieren.“

Der Stadtrat erachtet solche Aktionen im sehr kleinen Rahmen als angebracht und nützlich, jedoch für eine Stadt nicht akkurat. Der Stadtrat gewichtet die sozialen Aspekte im Rahmen der öffentlichen Beschaffung ganzheitlicher. Darunter fallen Mindeststandards im Bereich der Gleichstellung von Mann und Frau sowie im Bereich der Arbeitsbedingungen, die Lehrlings-

ausbildung und soziale Standards (inkl. Existenzlöhne) für die Produktion im Ausland. Weitere Aussagen finden sich in der Beschaffungsstrategie und dem zugehörigen Leitbild: Die Stadt Luzern tritt als interessante Partnerin fair und verlässlich auf. Ihre Mitarbeitenden orientieren sich am Beschaffungsleitbild. Dieses enthält Aussagen zur Wirtschaftlichkeit, Ökologie, Ethik, Koordination, Fairness und Regionalökonomie.

Der Bundesgesetzgeber wird im Juli 2016 einen Entwurf für eine neue Regelung publizieren. Das „Government Procurement Agreement“ (GPA) (Übereinkommen über das öffentliche Beschaffungswesen) der Welthandelsorganisation WTO setzt einen völkerrechtlichen Rahmen für die Beschaffungsgesetze in den Vertragsstaaten im Sinne eines Mindeststandards und lässt den Vertragsstaaten einen gewissen Spielraum. Die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten und sozialen Kriterien sind grundsätzlich zulässig. Nach heute geltendem Beschaffungsrecht des Bundes ist die Besserbewertung von Fair-Trade-Produkten noch nicht möglich (Marc Steiner im Auftrag der Interessengemeinschaft Ökologische Beschaffung Schweiz, Bern 2015). In Art. 21 Abs. 1 des geltenden Bundesgesetzes über das öffentliche Beschaffungswesen (BöB) in der Fassung vom 26. September 2014, in Kraft seit 1. April 2015, sind die Zuschlagskriterien wie folgt umschrieben:

„Das wirtschaftlich günstigste Angebot erhält den Zuschlag. Es wird ermittelt, indem verschiedene Kriterien berücksichtigt werden, insbesondere Termin, Qualität, Preis, Wirtschaftlichkeit, Betriebskosten, Kundendienst, Zweckmässigkeit der Leistung, Ästhetik, Umweltverträglichkeit, technischer Wert, Ausbildung von Lernenden in der beruflichen Grundbildung. Dieses letzte Kriterium kann nur ausserhalb des Staatsvertragsbereichs berücksichtigt werden.“

In Art. 27 Abs. 2 der Verordnung (VöB) wird ergänzt:

„Sie [die Auftraggeberin] kann neben den im Gesetz genannten Zuschlagskriterien insbesondere auch die folgenden verwenden: Nachhaltigkeit, Innovationsgehalt, Funktionalität, Servicebereitschaft, Fachkompetenz, Effizienz der Methodik und die während der gesamten Lebensdauer zu erwartenden Kosten.“

Die Umweltverträglichkeit und die Nachhaltigkeit sind Zuschlagskriterien. Es ist zu hoffen, dass der Bund seinen Spielraum innerhalb des GPA nutzt, um soziale Errungenschaften zu sichern und damit Wettbewerbsverzerrungen unter Anbieterinnen und Anbietern zu verhindern.

Für die Kantone gilt die Interkantonale Vereinbarung (IVöB) sowie deren eigene Gesetze. Die IVöB wird aktuell einer Revision und Harmonisierung mit dem Bundesrecht unterzogen. Es darf damit gerechnet werden, dass im revidierten Recht vermehrt auch Kriterien der Nachhaltigkeit einfließen und sowohl als Eignungskriterium (für Anbieter) und Zuschlagskriterien (für Angebote) berücksichtigt werden können.

Die Empfehlungen „Nachhaltige Beschaffung“ informieren die Vergabestellen des Bundes, wie ökologische und soziale Anliegen bei einer konkreten Beschaffung mitberücksichtigt

werden können. Auch die IGÖB (Interessengemeinschaft ökologische Beschaffung) hat einen Leitfaden erstellt für den Einbezug von ökologischen, sozialen und ökonomischen Kriterien für Beschaffungen jeglicher Art für öffentliche Haushalte.

Für die private Nachfrage nach Fair-Trade-Produkten ist in der Schweiz die Haltung der beiden grössten Anbieterinnen mit einem Marktanteil von rund 80 Prozent massgebend. Coop deklariert eine „faire Behandlung von Produzenten im Süden und in den Schweizer Bergen sowie Einhaltung klarer sozialer Standards“ als Ziel innerhalb ihrer Nachhaltigkeitsbemühungen. „Wir sind hierzulande die grösste Anbieterin von Fairtrade-Produkten und gehören weltweit zu den führenden Detailhändlerinnen in diesem Bereich. Jedes zweite Fairtrade-Produkt in der Schweiz geht heute bei uns über den Ladentisch, und wir stellen weiterhin ganze Sortimente mit Rohstoffen aus dem Süden auf fairen Handel um. So profitieren rund 650'000 Kleinbauern, Arbeiter und Produzentenkooperativen von fairen Preisen und stabilen Handelsbeziehungen.“ (Nachhaltigkeit bei Coop; www.coop.ch/content/act/de/grundsätze-und-Themen) Coop führt über 550 Produkte mit dem Fairtrade-Max-Havelaar-Gütesiegel. Auch bei konventionell hergestellten Waren setzt sich Coop dafür ein, dass soziale Mindeststandards eingehalten werden.

Fairtrade Max Havelaar steht für fair gehandelte und nachhaltig angebaute Produkte. Fairtrade stärkt Kleinbauern und Arbeiterinnen in Entwicklungs- und Schwellenländern, damit diese ihre Lebensbedingungen aus eigener Kraft nachhaltig verbessern können. Die Kleinbauern erhalten höhere und stabilere Einkommen und können eine zusätzliche Prämie gezielt in gemeinsame Projekte investieren. Arbeiterinnen und Arbeiter auf Plantagen profitieren von geregelten Arbeitsbedingungen, Massnahmen zum Schutz ihrer Gesundheit und investieren ebenfalls selbstständig in Gemeinschaftsprojekte.

Migros gibt in ihrem Report „Versprechen“ ab. „An unsere Lieferanten: Basierend auf der freien Marktwirtschaft und dem Leistungswettbewerb streben wir die direkte Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten an. Wir verbessern Produkte und Dienstleistungen laufend, fördern die Gesundheit und das Wohlbefinden der Bevölkerung und setzen zudem ökologische und soziale Standards bei Arbeits- und Produktionsbedingungen.“ (Migros Geschäftsbericht 2014) „Mit dem Verkauf von Produkten mit dem Gütesiegel Fairtrade Max Havelaar tragen wir zu besseren Lebens- und Arbeitsbedingungen von Produzenten und deren Familien bei. Konsumentinnen und Konsumenten leisten mit der Wahl von Fairtrade-Produkten beim täglichen Einkaufen einen wichtigen Beitrag.“ Migros setzt bei ihrer Produktwahl auf die beiden Labels Fairtrade Max Havelaar und UTZ. Migros erweitert laufend das Sortiment mit Fairtrade-zertifizierten Produkten.

UTZ kennzeichnet Produkte wie Kaffee, Tee und Kakao aus nachhaltigen, sozialverträglichen Quellen. Durch das UTZ-Programm verbessern die Bauern ihre Ernte, ihr Einkommen und ihre Perspektiven, während sie die Umwelt und die natürlichen Ressourcen schonen. Mit effizienten Anbaumethoden steigern die Bauern ihren Ertrag und dadurch ihr Einkommen. Zudem verbessern geregelte Arbeitsbedingungen die soziale Sicherheit der Familien. Die Rohstoffe stammen aus umweltschonender Landwirtschaft.

Der Stadtrat steht dem Anliegen der Postulanten nach Förderung des fairen Handels positiv gegenüber. Im Rahmen der bestehenden personellen und finanziellen Ressourcen ist er bereit, das Bewusstsein für die Berücksichtigung von sozialen Aspekten bei der öffentlichen Beschaffung wie im privaten Einkauf zu fördern und insbesondere entsprechende Aktivitäten Privater zu unterstützen. Eine Bewerbung für das Label „Fair Trade Town“ beurteilt er dazu als wenig zielführend.

Der Stadtrat nimmt das Postulat teilweise entgegen und beantragt gleichzeitig dessen Abschreibung, da es sich um eine Daueraufgabe handelt.

Stadtrat von Luzern

