



Europäischer Bericht

Transparenz in der Herkunft von Häuten und Fellen

Transparency of the origin of hides & skins

VS/2011/0145

Danksagungen

COTANCE möchte seinem Sozialpartner und Partner in diesem von der EU geförderten Projekt ETUF:TCL seinen Dank aussprechen für die hervorragende Zusammenarbeit durch das gesamte Projekt. Inspiriert durch die hohe Einsatzbereitschaft für den Sektor haben beide Sozialpartner der europäischen Lederindustrie, sowohl die Unternehmen als auch deren Mitarbeiter, wesentlich zu Untersuchung einer Lösung und Austausch auf dem Gebiet von Transparenz und Rückverfolgbarkeit in der Lieferkette für Häute und Felle beigetragen. Die Untersuchung trägt mit ihren wichtigen Ergebnissen dazu bei, dass weitere Entscheidungen auf diesem wichtigen Gebiet im Hinblick auf eine nachhaltige Entwicklung getroffen werden können.

Die Projektpartner bringen hiermit ihren Dank, insbesondere an alle Unternehmen und Arbeitnehmervertreter zum Ausdruck, die ihre Unterstützung und Beiträge für diese Untersuchung geleistet haben.

Schließlich möchten COTANCE und ETUF:TCL der Europäischen Kommission und hier insbesondere der Generaldirektion für Soziales für die finanzielle Unterstützung dieser Untersuchung danken.

Hintergrund

Obwohl Leder als Material beim Verbraucher eine hohe Attraktivität aufweist, trifft es leider auch zu, dass die „Gerberei“ beim Verbraucher auch mit Begriffen wie Schmutz, Gestank, Umweltverschmutzung, fehlende Arbeitsschutzrechte, Misshandlung von Tieren in Verbindung gebracht wird, insbesondere ausgelöst durch Aktivistenkampagnen, welche nach öffentlicher Aufmerksamkeit suchen. Für solche Bewegungen ist das Ziel meist wichtiger als die eingesetzten Mittel. Anklagen mit der Absicht, bestimmte Ziele zu verfolgen, sind oft verfälscht, falsch oder irreführend hinsichtlich der wahren Situation in Europa. Doch leider gibt es Hinweise, dass es in bestimmten Industriebereichen vor allem in Niedriglohnländern durchaus ernsthafte Probleme gibt. Niedrige Produktionskosten gehen oft einher mit niedrigen sozialen und Umweltstandards.

Schlagzeilen wie „Gift in Leder“ oder „Größte umweltverschmutzende Industrie“ verleiten Verbraucher hinsichtlich ihrer Kaufentscheidung für Leder zu falschen Entscheidungen. Der Schaden, der durch derartige negative Meldungen für die Lederindustrie angerichtet wird, betrifft in gleichem Maße die europäischen Unternehmen und die Arbeitskräfte. Die nutzenbringende Rolle der Lederindustrie in der und ihr Beitrag für die Gesellschaft, wird nicht anerkannt und darüber hinaus oft noch in Misskredit gebracht.

Die europäische Lederindustrie wird dadurch zum Opfer des von Aktivistenorganisationen und den Medien geschürten Images. Es kann durchaus sein, dass noch nicht alle Gerbereien in Europa in allen Aspekten einer nachhaltigen Entwicklung bereits den höchsten Standard erreicht haben und nicht etwa hier und da Verbesserung nicht mehr notwendig oder wünschenswert wären. Insgesamt muss jedoch festgestellt werden, dass die europäische Lederindustrie hinsichtlich ihrer Sozial- und Umweltkonformität und allgemeiner in ihren CSR Werten, Prinzipien und Praktiken weltweit führend ist.

Einleitung

COTANCE und ETUF:TCL haben sich der Situation des Images der Lederindustrie bereits in mehreren gemeinsamen Projekten seit der Jahrtausendwende im Rahmen des Arbeitsprogrammes des sozialen Dialoges gewidmet.

Wo liegt die Relevanz des Themas Transparenz und Rückverfolgbarkeit in der Lieferkette für Häute und Felle? Wo besteht die Verbindung zum Image des Ledersektors?

Gerber verwerten ein Nebenprodukt eines anderen Industriesektors und wandeln es in ein Vormaterial mit einzigartigen Eigenschaften und hoher Anziehungskraft um. Letztlich sind es die Essgewohnheiten der Menschen auf diesem Planeten, die über das Angebot der Rohmaterialien der Lederindustrie bestimmen. Tiere werden für die Fleischproduktion geschlachtet und kein Tier würde davor bewahrt werden, wenn es keine Nachfrage nach Leder gäbe. Felle und Häute sind Nebenprodukte und die Gerber haben so gut wie keinen Einfluss auf die Politiken und Praktiken im vorgelagerten Rohwarenssektor.

Jedoch wollen Menschen, insbesondere in reiferen Volkswirtschaften, mehr Informationen über soziale, umweltpolitische und ethische Aspekte der Produkte, welche sie konsumieren; dies betrifft den gesamten Lebenszyklus eines Produktes „von der Wiege bis zur Bahre“.

Obwohl die Systemgrenzen der Lederindustrie mit dem Anfall der Häute und Felle beginnen, wenn die Häute der Tiere in den Schlachthäuser abgezogen werden, stellt der Verbraucher logischer Weise eine Verbindung zwischen der tierischen Haut und dem Leder her und ebenso zwischen der Tierzucht und der Lederproduktion.

Es gibt bestimmte Aspekte der Tierzucht, welche dem Beginn des Lebenszyklus von Häuten und Fellen voraus gehen, welche in der Gesellschaft Betroffenheit auslösen. Als solche sind generelle Sozial- und Umweltthemen zu nennen, wie die Respektierung der Kernvorschriften für Menschenrechte und Arbeitssicherheit sowie ein verantwortlicher Umgang mit natürlichen Ressourcen, aber auch in letzter Zeit Themen wie Tierschutzrechte, artgerechte Tierhaltung, Tiertransporte und Schlachtmethoden.

Schlechte Praktiken in der Landwirtschaft, beim Transport von Tieren und in den Schlachthöfen werden unglücklicher Weise auch der Lederindustrie angelastet, wenn diese ins Schussfeld der Tierschutzorganisationen oft ohne Skrupel gelangen. Auf diese Weise wird oft fälschlicher Weise der Eindruck erweckt, dass diese Praktiken existieren weil Leder produziert und konsumiert wird.

Glücklicherweise verfügt Europa über gesetzliche Rahmenbestimmungen, welche sicherstellen, dass schlechte Praktiken in der Landwirtschaft und in der Fleischindustrie,

wenn sie überhaupt vorkommen, eine Ausnahme darstellen. Dies trifft nicht notwendigerweise auf andere Länder, insbesondere in den Entwicklungsländern zu, wo die Fleischproduktion im Vergleich zu den industrialisierten Ländern ein exponentielles Wachstum erreichte.

Nach den Daten der FAO haben die Entwicklungsländer die entwickelten Länder in der Produktion von Rindhäuten Ende der 1990er Jahre überholt und in der Produktion von Schaf- und Ziegenfellen zu Beginn des 21. Jahrhunderts. Es gibt hier Länder, in welchen spürbare Defizite im Bereich der Tierschutzrechte und der Häute- und Fellproduktion regelmäßig in den Medien widerspiegeln.

Europäische Gerber, welche Rohwaren von außerhalb des europäischen Wirtschaftsraumes einkaufen, sehen sich zunehmend dem Risiko öffentlicher Stigmatisierung ausgesetzt für Aspekte, die außerhalb ihrer Kontrolle liegen.

Teil I: Stichprobe

Im Rahmen des COTANCE Projektes wurde eine Befragung von Gerbern in 12 EU Ländern durchgeführt.

Ein Fragebogen wurde zwischen den Europäischen Sozialpartnern abgestimmt (Anhang 1) und in die Sprachen der teilnehmenden Länder übersetzt.

Die nationalen Lederverbände der 12 Teilnehmerländer wurden sodann aufgefordert die Befragung innerhalb ihres Mitgliederkreises durchzuführen durch Zusammenstellung einer repräsentativen Stichprobe.

Land	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Gesamt
Anzahl der Befragten	12	11	12	5	7	7	4	4	10	2	1	75
% der nationalen Produktion	10%	22%	60%	65%	60%	23%	100%	80%		40%	80%	
Koeffizient EU	15	4	2	2	2	1	1	1	1	0,5	0,5	30

Die Umfrage wurde Anfang 2012 durchgeführt.

75 Unternehmen aus 11 Mitgliedsländern beteiligten sich an der Umfrage.

Die nationalen Antworten wurden dann in einem spezifischen Länderbericht ausgewertet.

Wo es für die Bewertung der Daten auf europäischer Ebene angebracht war, wurden die verschiedenen nationalen Antworten hinsichtlich ihrer relativen Bedeutung innerhalb des europäischen Ledersektors insgesamt gewichtet.

Die Gerber wurden ebenfalls aufgefordert ihr Kundenprofil zu benennen, um so die Kohärenz der Stichprobe im Vergleich zum Gesamtsektor zu bewerten.

Land	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	P	BG	LT	Gesamt Firmen	% Firmen
Schuhe	8	8	8	4	4	5	2	3	6	1	1	50	66,7%
Lederwaren	8	9	11	4	2	5	2	3	1	0	1	46	61,3%
Kleidung/Handschuhe	3	6	6	3	1	5	2	1	2	1	0	30	40,0%
Möbel	2	2	3	0	3	1	2	2		0	0	15	20,0%
Automobil/Flugzeug	2	2	2	1	4	1	1	1	1	0	0	15	20,0%
Wetblue	0	0	0	1	1	1	0	2		1	1	7	9,3%
Andere	1	2	9	2	2	5	2	0		0	0	23	30,7%

Aus obiger Tabelle geht hervor, dass die Gerber im Allgemeinen mehr als einen Marktsektor beliefern.

Die Stichprobe kann als repräsentativ für die europäische Lederindustrie angesehen werden.

Teil II: Fragen und Antworten

Einige Fragen beschäftigten sich damit, wie Konsumenten in den Augen der Gerber, in ihrer Wahrnehmung zum Begriff Leder durch Themen wie Sozial- und Umweltverantwortung in Verbindung mit der Herkunft von Häuten und Fellen, z.B. Kinderarbeit, globale Erwärmung, Tierschutzrechte, beeinflusst werden.

Die Antworten der europäischen Gerber stellen natürlich eine subjektive Sicht der Verbraucherreaktionen auf Skandalnachrichten aus der Lieferkette für Häute und Felle dar, da Gerber keine direkten Beziehungen zu ihnen haben. Auch mögen die Gerber bei ihren Antworten jeweils andere Situationen vor Augen haben. Das Bild, welches sich aus dieser Fragengruppe ergibt, ist nicht repräsentativ für einen bestimmten Skandal, sondern für eine typische Situation, in welcher Leder oder Gerber für etwas verantwortlich gemacht werden, was im Prinzip außerhalb ihrer Kontrolle liegt.

Diese Meinungen können als Indikator für das Einfühlungsvermögen der europäischen Gerber mit den Befindlichkeiten der allgemeinen Öffentlichkeit gewertet werden.

1.1. Welchen Grad von Schockpotential haben nach ihrer Erfahrung verschiedene Arten von Nachrichten über die Beschaffungsbedingungen von Häuten und Fellen?

Die folgende Tabelle zeigt die Ergebnisse entsprechend der Rangfolge:

Land	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU
1.1. Schockierendes Potential (Rangfolge)												
Kinderarbeit im Zusammenhang mit Häuten und Fellen	4	1	1	5	1	4	1	1	1	1	1	1
Arbeitsbedingungen in Schlachthäusern	5	3	3	4	6	3	4	2	3	5	2	3
Zwangsarbeit auf Farmen	6	7	3	6	3	4	3	1	6	4	3	5
Regenwaldabholzung	4	4	5	7	4	5	3	3	8	3	3	4
Chemische Risiken	2	5	6	6	6	1	5	4	7	2	3	3
Tiermisshandlungen auf Farmen	3	6	4	2	5	3	2	1	4	1	2	2
Tiermisshandlungen während des Transports zum Schlachthof	3	6	3	1	2	2	1	2	5	1	3	2
“Unmenschliche“ Schlachtmethoden	1	2	2	3	5	2	4	1	2	2	2	1

Auf europäischer Ebene können folgende Schlussfolgerungen gezogen werden:

1. Das größte Schockpotential hat in den Augen der Gerber die Themen Kinderarbeit in Verbindung mit Häuten und Fellen zusammen mit nicht artgerechten Schlachtmethoden.
2. Danach folgen andere Themen in Verbindung mit Tierschutz an 2. Stelle und Arbeitsbedingungen und Risiken beim Umgang mit Chemikalien an 3. Stelle.

Es wird klar, dass Gerber Situationen, in denen in Verbindung mit wirtschaftlichen Aktivitäten ungeschützte Wesen wie Kinder oder Schlachttiere missbräuchlich behandelt werden, als besonders schockierend für Verbraucher einstufen.

1.2 - 1.4. Denken sie, Verbraucher kümmern sich um schockierende Nachrichten der Medien über unverantwortliches Verhalten von Wirtschaftsteilnehmern in Beziehung auf Sozial- und Umweltaspekte in der Beschaffungskette?

Sodann wurden die europäischen Gerber gefragt anzugeben, wie tief ihrer Meinung nach der negative Eindruck im Gedächtnis der Konsumenten verbleibt, wenn vorstehende Antwort positiv ausfiel.

Wenn die Antwort lautete „sie kümmern und merken sich“, war die folgende Frage nach den erwarteten Reaktionen der Konsumenten von Lederprodukten.

1.2. Interesse seitens der Verbraucher (% Anzahl der Befragten)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (Durchschnitt)
Sie machen sich Sorgen	83,3	90,9	83,3	60,0	85,7	57,1	100,0	100,0	40,0	50,0	100,0	77,3
1.3. Verbleib der negativen Wahrnehmung beim Verbraucher(% Anzahl der Befragten)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	Lt	EU (Durchschnitt)
Sie sorgen sich, aber vergessen	100,0	18,2	16,7	60,0	42,9	28,6	25,0	25,0	10,0	0,0	100,0	38,8
Sie sorgen und erinnern sich		72,7	50,0		42,9	28,6	75,0	50,0	30,0	50,0		36,3
1.4. Wahrnehmung und Reaktion der Verbraucher (% Anzahl der Befragten, die glauben, dass die negativen Eindrücke dem Verbraucher in Erinnerung bleiben)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (Durchschnitt)
Sie versuchen, Nachweise zu bekommen		50,0	57,1		33,3	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0		64,0
Sie boykottieren Leder		50,0	42,9		66,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		16,0

Europäische Gerber gehen davon aus, dass die Verbraucher eindeutig nicht unsensibel auf ethische Aspekte der Beschaffungskette, insbesondere solche bezüglich der Häute und Felle reagieren.

Im Hinblick auf die Nachhaltigkeit des Eindrucks im Gedächtnis der Verbraucher ist die Einschätzung der europäischen Gerber gespalten. In einigen Ländern wie Italien, Lettland oder UK geht man davon aus, dass Eindrücke von Skandalnachrichten in Verbindung mit der Lieferkette nicht lange vorhalten. Andere Märkte spiegeln eine gegenteilige Meinung wider mit nennenswerten Zahlen von dauerhaft sensibilisierten Verbrauchern.

Jedoch geht die Meinung der europäischen Gerber dahin, dass sensibilisierte Verbraucher grundsätzlich Zusicherungen suchen, als dass sie ihre Unzufriedenheit in Sanktionierungen der Produkte ausdrücken.

Trotzdem ist es wichtig darauf hinzuweisen, dass Europas wichtigster Verbrauchermarkt, Deutschland, über eine kritische Radikalisierung des Verbraucherverhaltens berichtet, was durch die Gerber in Spanien und Frankreich, ebenfalls wichtige Absatzmärkte, auch bezeugt wird.

1.5.- 1.6. Wie interpretieren ihre Abnehmer solche gesellschaftlichen Bedenken?

In Bezug auf Kunden handelt es sich nun nicht mehr um eine subjektive Einschätzung von Verbraucherverhalten wie bei dem vorherigen Fragenkatalog. Hier beruht die Wahrnehmung der Gerber auf den direkten Erfahrungen mit den Kundenreaktionen.

Die europäischen Gerber sollten die vorgeschlagenen Optionen mit Prozentsätzen gewichten, z.B. 80% der Kunden reagieren nicht auf solche gesellschaftlichen Bedenken.

1.5 Interpretation der Verbraucher (tick)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (Gewichteter Durchschnitt)
Sie sind betroffen (% der Antworten)	66,7	72,7	83,3	60,0	57,1	28,6	50,0	100,0	100,0	0,0	100,0	67,3
1.6 Indikator Prozentsatz für:	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (Gewichteter Durchschnitt)
Nicht in die Tat umsetzen	65	67	37	77	41	95	56	70	73	90	25	63,3
Kontaktieren der Lieferanten	17	15	23	4	25	2,7	14	20	15	10	70	16,9
Spezielle Bitten	17	17	40	18	34	2,3	30	10	12		5	18,6
Andere	2,1	1		1	0	0	0	0	0			1,3

Demnach bringen die Abnehmer der Gerber nach Medienberichten über unethisches Verhalten in Verbindung mit der Beschaffung von Häuten und Fellen im hohen Maße ihre Bedenken gegenüber den Lederlieferanten zum Ausdruck.

Jedoch gehen die europäischen Gerber davon aus, dass die Kunden im Allgemeinen ihre Bedenken nicht in Form von Präventivmaßnahmen ummünzen.

Die häufigste Reaktion von Kunden besteht darin, dass sie ihren Lederlieferanten ihre Prinzipien und Werte kommunizieren. Dieses Verhalten kann in einem Bedürfnis nach Bestätigung der Übereinstimmung der Produkte mit ihrem Wertekanon verstanden werden.

Über 1/3 der Abnehmer der europäischen Gerber setzen ihre ethischen Bedenken in Bezug auf die Beschaffungskette in Aktionen um. Während 1/5 der Abnehmer die Einhaltung von

spezifischen Anforderungen/Zusicherungen verlangt, weisen 1/6 die Gerber auf steigende Bedenken hin.

1.7. Wer ist betroffen wenn die Medien einen Skandal im Ledersektor anprangern?

Europäische Gerber wurden gebeten, verschiedene Möglichkeiten mit Werten zwischen 1 und 5 zu gewichten, wobei 5 die höchste Betroffenheit und 1 die niedrigste darstellt. Diese Frage soll dazu beitragen zu verstehen, in welchem Masse sich europäische Gerber als Opfer der öffentlichen Meinung in Verbindung mit Skandalen sehen, die sie nicht selbst verursacht haben. Antworten zeigen möglicherweise auch, wie europäische Gerber selbst Verantwortlichkeiten wahrnehmen in Verbindung mit Skandalen die andere Vertreter der Branche betreffen.

1.7 Wer ist betroffen (1-5 Durchschnitt)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (Gewichteter Durchschnitt)
Lederindustrie	2,8	3,91	3,6	2,2	3,8	2,7	3,25	2,75	4,6	5	4	3,2
Gesamter Ledersektor im Land	3,3	4,09	3,8	2,4	4	2,8	4,5	3,5	4,9	5	3	3,5
Betroffene Teilbereiche	2,3	2,55	3,4	1,8	3,3	1,6	2,5	3,25	3,3	4	2	2,5
Teilbereiche im Land	3,2	2,45	2,8	2	3,4	2,1	3,5	3,5	3,3	4	1	3,0
Firma	4,4	3,18	3,3	3	4	4	4,75	4,25	3,4	5	5	4,0

Die europäischen Gerber gehen davon aus, die Öffentlichkeit im Wesentlichen die Unternehmen sanktioniert, die direkt mit dem unethischen Verhalten im Zusammenhang stehen. In zweiter Linie assoziieren die Verbraucher das Fehlverhalten mit den Handelsbedingungen in einem speziellen Land. Aber bereits an dritter Stelle folgen Auswirkungen auf den gesamten Ledersektor.

Spezifischere Aspekte wie Auswirkungen auf Zielmärkte oder Lederarten werden nach Einschätzung der Gerber als weniger relevant eingestuft. Dies ist möglicherweise darauf zurückzuführen, dass derartige eher geschäftliche Erwägungen nicht unbedingt im Blickfeld der öffentlichen Meinung liegen.

Daraus kann ebenfalls abgeleitet werden, dass europäische Gerber ein hohes Maß an Gemeinschaftsgeist haben. Sie fühlen sich als Teil einer globalen Gemeinschaft, bei der das Fehlverhalten einiger bis zu einem gewissen Grad auf die gesamte Gemeinschaft zurückfällt.

1.8. Welche Konsequenzen befürchten sie nach einem Medienskandal im Zusammenhang mit Leder und Rohmaterialien bei einer Drittfirma für ihr eigenes Unternehmen?

Europäische Gerber wurden gebeten die verschiedenen Optionen in einem Ranking von 1 bis 5 zu bewerten.

Diese Frage soll zum Verständnis darüber beitragen, mit welchen praktischen Problemen sich europäische Gerber konfrontiert sehen, wenn sich das Branchenimage einem Medienangriff ausgesetzt sieht.

1.8. Befürchtete Konsequenzen (1-5, Durchschnitt)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (Gewichteter Durchschnitt)
Weniger Aufträge	2	2,27	2,6	1,8	2,1	2,2	2,5	1,75	4,2	4	4	2,2
Stornierung von Aufträgen	1,3	1,73	2,3	1	1,4	1	2	1,5	3,4	0,5	1	1,5
Verringerung des Auftragsumfang	1,7	2,36	3,3	1,8	2,3	2	3	1,75	4	4	3	2,1
Weniger Bewerbungen für eine Stelle in der Firma	1,1	1,27	2,2	1,4	2	1	2	1,75	2,6	2	2	1,4
Nicht die besten Kandidaten für das Unternehmen zu bekommen	1,3	1,27	1,9	1,4	2	1,3	2,75	1,5	2,5	3	2	1,5
Belegschaft angespannt und depressive durch den Druck der öffentlichen Meinung	1,3	1,09	1,8	1,4	1,8	1,3	2,75	1,5	2	2,5	3	1,5
Verlust von Mitarbeitern durch ethische Probleme	1,1	1,18	1,5	1	1,6	1	1,25	1,25	1,4	1	1	1,2
Wertverlust des Firmen- namens/Markennames	1,8	2,27	2,3	1,8	2,4	2,1	2,75	1,75	2,9	3	3	2,1
Verlust des Ansehens in der Gesellschaft als Gerber	2,5	2,82	2,6	1,8	3,1	2,1	2	2	4,2	4	4	2,6
Behördliche Kontrollen	2,5	3,36	2,8	2,8	3,6	2,3	1,5	2,25	4,5	2	3	2,7
Druck/Angriffe von NGOs Umwelt- und Verbraucherorganisationen	2,2	2,36	2,9	2,2	3,4	1,3	3,5	2,5	4,7	2,5	3	2,5
Andere:.....	1	0		0	0	0,14	0	0	0	0		0,5

Im Allgemeinen weisen die geringen durchschnittlichen Bewertungen der europäischen Gerber für die verschiedenen im Fragebogen angebotenen Optionen darauf hin, dass sie keine bestimmten Konsequenzen aus allgemeinen Imageverlusten der Branche auf ihr eigenes Unternehmen befürchten.

Das höchste Risiko sehen sie im Imageverlust bei den Behörden, die sich genötigt zeigen könnten zu kontrollieren, ob derartige schlechte Praktiken auch bei Betrieben im eigenen Land / Region vorkommen sowie in Auswirkungen auf die öffentliche Wahrnehmung, wo

die Gerber sich rechtfertigen müssen. Danach folgt unmittelbar die Angst vor Angriffen durch Aktivistengruppen. All dies hat Unannehmlichkeiten zur Folge, welche Anstrengungen und Zeit im Hinblick auf Öffentlichkeitsarbeit verlangen, mit denen Gerber aufgrund ihrer Position in der Wertschöpfungskette üblicherweise nicht vertraut sind (B2B).

Wirtschaftliche Konsequenzen wie Auftragsrückgänge oder -stornierungen stehen obgleich mit geringerem Risiko bewertet an 2. Stelle und die möglichen Konsequenzen auf die Personalbeschaffung werden eher als noch unrealistischer eingestuft.

Teil 2

Wie lässt sich die Herkunft der Häute und Felle bestimmen?

Dieser Abschnitt beschäftigt sich mit den Beschaffungsstrukturen für Häute und Felle.

2.1. Rohmaterial(tick)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% Firmen
Rinde		5	4	4	4	4	2	3	8	1	1	48,0%
Kalb		3	4	1	1	4	0	1	5	1		26,7%
Schaf		6	3	1	0	4	1	0	2	2		25,3%
Ziege		4	1	0	0	1	0	0	1	1		10,7%
Andere		2	1	1	1	0	1	0	0	0		8,0%

Die von den Gerbern in der Stichprobe eingesetzte Rohwarenart reflektiert generell die Situation in Europa, bei der Rindhautgerber das Produktionsvolumen dominieren.

2.2. Herkunft (%)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Gewichteter Durchschnitt %
Inland	5	46,8	42	57	60	70	50	40,0	70	75	60	29,3
EU	42,7	19,5	30	6,5	34	0	30	30,0	0	12	20	31,2
Andere Europäische Länder	3,4	16,8	0	0	5	10	14	20,0	15	3		6,3
Extra-EU	48,9	17	28	36,5	1	20	6	10,0	15	10	20	33,3

Europäische Gerber beschaffen ihre Rohware im grundsätzlich vom europäischen Kontinent, sind aber auch auf Lieferungen von außerhalb der EU angewiesen. Einheimische Ware muss

in allen Ländern mit Ware aus anderen EU-Ländern ergänzt und kombiniert werden. Der innereuropäische Handel mit Häuten und Fellen spielt deshalb eine wichtige Rolle.

Hier muss insbesondere die Situation in Italien erwähnt werden. Italiens Abhängigkeit von europäischer und besonders außereuropäischer Rohware, ist signifikant höher als die irgendeines anderen europäischen Landes. Dies erklärt sich mit der Größe des italienischen Ledersektors, der etwa 60% der EU und ca. 15 % der weltweiten Lederproduktion ausmacht. Der Selbstversorgungsgrad der italienischen Lederindustrie mit Rohware beträgt nur etwa 5%. Mit unterschiedlichen Abhängigkeitsgraden ist keine der nationalen Lederindustrien in der Lage, ohne Rohwaren aus außereuropäischen Ländern zu arbeiten.

Etwa 70% der eingesetzten Häute und Felle mit denen die europäischen Gerber arbeiten kommen aus Europa. Diese Tatsache der europäischen Lederindustrie ist für die allgemeine Öffentlichkeit insofern durchaus beruhigend, als somit sichergestellt ist, dass für einen Großteil der beschafften Rohware durch die strengen gesetzlichen Regelungen in der EU unethisches Verhalten praktisch ausgeschlossen werden kann.

2.3. Stadium (Prozentsatz)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Gewichte- ter Durch- schnitt %
Frisch	3,6	24	3	18	49	4,3	7,5	33	10			11,5
Getrocknet	3,6	0	0	0	0	0	0	0	0	10		2,0
Gesalzen	37	30	68	2	29	69,7	80	18	43	50	100	38,6
Limed/Pickled	2,7	10	8	21	4,3	14,3	0	0	2			5,4
Wetblue	33	28	10	57,4	10	0,6	0	46	31	30		28,5
Crust	20	8	11	2	7,8	11,1	12,5	4	14	10		14,0

Salzkonservierte Häute und Felle machen den Großteil der von europäischen Gerbern eingesetzten Rohware aus.

Die zweite Rohwarenquelle für die europäischen Gerber sind Halbfabrikate wie wet-blue. Anbieter von wet-blue sind ebenfalls Gerber oder Häutehändler, die Rohware im Lohn weiterverarbeiten lassen.

Jedoch variiert die Situation beträchtlich von Land zu Land. Europäische Gerber in Deutschland, den Niederlanden, Spanien und UK haben sich zu einem großen Teil auf die Einarbeitung von frischen/gekühlten Häuten eingestellt. Im Allgemeinen kaufen diese häufiger direkt von Schlachthöfen, eine Praxis, die die Bestimmung der Herkunft der

Rohware vereinfacht. Weil die Verarbeitung von frischen Häuten und Fellen eher bei größeren Gerbereien vorkommt, unterschätzt die Stichprobe möglicherweise diese Praxis.

2.4. Anzahl der Lieferanten (tick)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% Firmen
1-5	1	2	4	1	0	3	2	0	0			17,3%
5-10	2	4	3	1	2	0	0	2	1	1		21,3%
10-20	9	3	4	1	3	2	1	0	7	1	1	42,7%
20-50	0	2	1	2	0	2	0	1	2			13,3%
über 50	0	0		0	1	0	1	0	0			2,7%

Im Durchschnitt arbeiten europäische Gerber mit 10 bis 20 verschiedenen Rohwarenlieferanten zusammen. Nur 15% der Gerber haben mehr als 20 Anbieter und darunter sind solche mit mehr als 50 Anbietern die große Ausnahme.

Etwa 40% der Gerber in der Stichprobe haben eine geringe Anzahl von Lieferanten für Rohware (zwischen 1 und 10), was eher typisch für Nischenhersteller von Spezialledern ist. Auf europäischer Ebene betrachtet mag diese Zahl in der Stichprobe etwas überrepräsentiert sein.

2.5. Anzahl der Aufträge (tick)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% Firmen
1-5	0	0	0	0	0	2	0	0	0			2,7%
5-10	0	0	0	0	1	0	0	0	0			1,3%
10-20	1	1	0	0	0	0	1	0	1			5,3%
20-50	0	3	5	2	2	0	1	0	5	2	1	28,0%
über 50	11	7	7	3	3	5	2	4	4			61,3%

Die große Mehrzahl der europäischen Gerber tätigt über 50 Rohwarenaufträge pro Jahr. Weniger als 10% tätigen weniger als 20 Aufträge jährlich.

Diese Beschaffungsmuster offenbaren die Schwierigkeit des Rohwarenbeschaffungsmanagements und die Zusammenstellung kohärenter Chargen für die europäischen Gerber

2.6. Beziehung mit Lieferanten (%)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Gewichteter Durchschnitt %
Beständig	85	84	90	92	70	88.6	96	97	77	75	85	82
Gelegentlich	15	15	10	8	30	11.4	4	3	23	25	15	13

Die Beziehungen der Gerber mit ihren Rohhautlieferanten sind im Allgemeinen stabil. Aber die Gerber betonen, dass es notwendig ist, ihre Stammlieferanten immer wieder durch weitere Lieferanten zu ergänzen.

2.7. Größe der Lieferanten (%)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Gewichteter Durchschnitt %
Größer	75	57	54	94	60		48	84	30	35	50	66
Kleiner	25	43	46	6	40		52	16	70	65	50	31

Üblicherweise sind die Rohhautlieferanten größere Unternehmen als die Lederfabriken. Dies trifft allerdings nicht auf Gesamteuropa zu. In Ländern wie Portugal, Bulgarien, Schweden oder Lettland können Lederfabriken größer sein als ihre Rohwarenlieferanten.

Diese Situation ist von großem Einfluss auf die Verhandlungsmacht beider Seiten.

Jedoch stellt die Größe des Unternehmens nicht den einzigen relevanten Parameter bei der Bewertung der Einflussmöglichkeiten der Geschäftsbeziehungen durch die Gerber dar. Hier spielt auch die relative Bedeutung des Kunden in diesem Markt-Rohwarenssegment eine wichtige Rolle.

Die hohe Zahl der erteilten Aufträge kombiniert mit der großen Zahl von Anbietern und der Tatsache, dass Rohwarenanbieter meist größere Unternehmen sind als die Gerber, machen es verständlich, dass der Häute- und Fellmarkt sehr fragmentiert ist und einzelne Gerber im Prinzip nur über eine schwache Verhandlungsmacht verfügen.

Die Fragen 2.8 und 2.9 beschäftigen sich mit der Möglichkeit der Gerber im Rahmen ihrer Rohwarenbeschaffung die Herkunft ihrer Häute und Felle zu identifizieren.

2.8. Identifizierung der Quellen (tick)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% Firmen
0%	0	0	0	0	0	0	0	1				1,3%
10-20%	1	0	0	0	0	0	0	0				1,3%
20-40%	0	1	0	1	0	0	0	0				2,7%
40-60%	1	0	1	0	0	2	0	0				5,3%
60-80%	1	4	4	1	2	0	1	0	5	1		25,3%
80-100%	9	6	7	3	4	5	3	3	5	1	1	62,7%

Europäische Gerber gehen im hohen Masse davon aus, die Herkunft der Rohware zu kennen.

2.9. Weite der Identifizierung: (tick)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% companies
Land	12	10	12	5	6	7	4	3	10	2	1	96,0%
Schlachthaus	5	1	7	2	3	2	3	2	5	0	1	41,3%
Bauernhof/Herde	0	0	2	0	0	6	1	0		0		12,0%
Kohorte	8	0	1	0	0	6	0	0		1		21,3%

Frägt man die europäischen Gerber jedoch etwas genauer nach der Herkunft der Rohware so zeigt sich, dass sie ohne Schwierigkeiten das Herkunftsland bestimmen können, aber weniger als 50% in der Lage sind, das einzelne Schlachthaus zu benennen. Gerber die darüber hinaus den Bauernhof, die spezifische Herde oder gar Kohorte der Schlachttiere der gekauften Rohware identifizieren können ist sehr gering.

Die Fragen 2.10 und 2.11 beschäftigen sich der Kommunikation der Gerber mit den Vorlieferanten.

Die Fragen sollen Auskunft darüber geben, inwieweit die europäischen Gerber Kommunikationskanäle mit den Wirtschaftsbereichen geschaffen haben, die die Bereitstellung von Häuten und Fellen bestimmen.

2.10 Kommunikation (tick if yes)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% Firmen
Schlachthäuser	8	7	10	1	5	4	3	2	5	2	1	64,0%
Tiertransporteure	1	1	4	0	0	0	3	0		0		12,0%
Landwirte	2	2	5	0	0	0	2	0		2		17,3%

Europäische Gerber geben in ihren Antworten an, dass sie durchaus mit den Schlachthöfen, den originären Anbietern der Häute, kommunizieren. Eine Kommunikation mit den landwirtschaftlichen Betrieben findet kaum und mit den Unternehmen, die die Tiertransporte durchführen so gut wie gar nicht statt.

Diese Aussagen reflektieren die Distanz zwischen Gerbern und der Tierwirtschaft.

2.11 Kommunikationsarten (tick)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% Firmen
Elektronisch	10	7	9	2	3	3	4	4	5	2		65,3%
Papiergestützt	7	3	5	1	2	1	2	4		0	1	34,7%
Persönlicher Kontakt	9	6	10	2	2	6	4	4	5	2	1	68,0%
Andere:.....	0	0	0	0	1	0	1	0		0		2,7%

Moderne elektronische Medien sowie persönliche Kontakte sind die wesentlichen Kommunikationsmittel der Gerber mit ihren Lieferanten.

Teil 3

Wie organisiert man einen verlässlichen Nachweis?

Dieser Abschnitt des Fragebogens beschäftigt sich damit, wie die europäischen Gerber eine praktikable Lösung finden wollen, um Bedenken der Öffentlichkeit und Kundenanforderungen in Bezug auf die Rohwarenbeschaffung zu begegnen.

Gerber sind nur dann in der Lage Versicherungen über die Herkunft der Häute und Felle gegenüber ihren Kunden und der allgemeinen Öffentlichkeit abzugeben, wenn entsprechende Informationen beschafft werden können. Aber wie wir gesehen haben, ist es kein leichtes Unterfangen über die Schlachthäuser hinauszugehen. Darüber hinaus gibt es aber auch noch andere wichtige Aspekte.

- Vertrauliche Geschäftsinformationen; Gerber im Allgemeinen und europäische Gerber im speziellen sind logischerweise sehr zurückhaltend bei der Offenlegung ihrer Lieferantenbeziehungen insofern als diese Transparenz Wettbewerbsnachteile nach sich ziehen könnte.
- Offenlegung der Lieferkette schließt nicht automatisch das Auftreten von unethischen Situationen aus.

Die Antworten der europäischen Gerber sollten Managementlösungen erkennen lassen, die Vertrauenswürdigkeit mit Verlässlichkeit und Vertraulichkeit verbinden.

3.1. Wie organisiert man einen verlässlichen Nachweismechanismus?

Um Nachweise über bestimmte Aspekte der eingesetzten Rohware machen zu können, muss der Gerber entsprechende Nachweise von seinen Lieferanten erhalten. Der Lieferant kann Nachweise über seine Aktivitäten geben, aber nicht notwendigerweise über Umstände die seinen Vorlieferanten betreffen. Dadurch müsste der Lieferant wiederum Nachweise von seinem Lieferanten usw. bis letztlich zurück zur Geburt des Tieres geben.

Europäische Gerber wurden wiederum gebeten, die vorgeschlagenen Geschäftsmodelle hinsichtlich ihrer Praktikabilität in einer Skala von 1 bis 5 zu bewerten, wobei jeder Wert nur einmal vergeben werden konnte.

3.1. Mögliche Nachweisverfahren (Durchschnitt 1-5)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Gewichteter Durchschnitt
Eine standardisierte Selbsterklärung der Lieferanten	2,8	2,82	3,2	4	2,3	2,4	3,75	3	4	5	4	3,0
Ein Vertragspunkt in den Lieferbedingungen	3,7	3,27	3,2	3,4	2,6	3,86	3,75	3,5	4,1	5	5	3,6
Eine firmenbezogene öffentliche Verpflichtung	2,3	2,27	2,3	1,4	2,4	3	2,5	2,75	1,3	3	2	2,3
Ein allgemeiner Verhaltenskodex	2,8	2,09	2,9	1,8	2	3,43	3,25	3,5	3,5	2	3	2,7
Andere:	0,6	0,09	0,4	0	0,7	0,14	0	1,25	2,1	0	1	0,5

Die von den Gerbern präferierte Möglichkeit ist die Einbeziehung der ethischen Prinzipien und Werte in einen Paragraphen der Einkaufskontrakte. Ein derartiger Vertragspunkt zielt darauf ab, sich die Abwesenheit von gewissen unethischen Verhaltensweisen zusichern zu lassen und somit die Verantwortlichkeit auf die Vorlieferanten zu verlagern.

Die von den Gerbern als zweitbeste Option genannte Möglichkeit besteht darin, einen Standard für eine Selbstdeklaration zu vereinbaren. Eine derartige Selbstdeklaration stellt eine einseitige Zusicherung des Lieferanten dar, Rohware anzubieten, die entsprechend der vereinbarten Kriterien erzeugt und behandelt worden ist.

Als dritte möglich Option haben die Gerber schließlich einen „Gemeinsamen Code of Conduct,, vorgeschlagen. Ein derartiges Management-System verlangt allerdings eine Zusammenarbeit der verschiedenen beteiligten Geschäftspartner in der Lieferkette von Häuten und Fellen und die Einwilligung aller Parteien zu einer Umsetzung auf Unternehmensebene. Derartige Systeme arbeiten in der Regel mithilfe von Auditierungen und Zertifizierungen.

Firmenbezogene öffentliche Verpflichtungen von Lieferanten und andere Optionen wurden nur unterdurchschnittlich befürwortet.

Teil 4

Wie kann man glaubwürdige Nachweise für die Öffentlichkeit bereitstellen?

Unabhängig von der Frage des möglichen Nachweissystems sollte der Fragebogen die Einschätzungen der europäischen Gerber hinsichtlich der Möglichkeiten der Rückverfolgbarkeit der Herkunft der Häute und Felle eruieren, die einen Nachweismechanismus in den Augen der Kunden und Verbraucher glaubwürdig machen können.

Verschiedene vorgeschlagene Optionen sollten von den Befragten bewertet werden, die sich auf folgende Aspekte bezogen.

- Die eigentliche Methode für die Erreichung einer angemessenen Sicherheit von guten (ethischen) Praktiken
- die Gewährleistung der Compliance, d.h. die Auditierung und Zertifizierung.

4.1. Wie kann man glaubwürdige Versicherungen gegenüber der allgemeinen Öffentlichkeit abgeben?

Die europäischen Gerber wurden gebeten die vorgeschlagenen Optionen in einer Skala von 1 bis 5 zu bewerten, wobei 5 die beste Lösung und 1 die schlechteste Lösung darstellt. Wertungen konnten mehrfach vergeben werden.

4.1. Verbindliche Möglichkeiten zur Umsetzung zur Umsetzung der Selbstverpflichtung (1-5)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Gewichteter Durchschnitt
Identifizierungsmarke zur Herkunft	3	3,64	4,4	1,6	3,8	2,43	3	2,75	4,7	2,5	5	3,2
Papierdokumentation für einzelne Lose	2,6	3	2,5	3,2	2,6	2,57	3	3,25	0	2	4	2,6
Selbst-Deklaration für die Herde	2,1	2,18	2,2	0,4	1,1	0,86	3,25	2	3,1	2,5	3	2,0
Selbst-Deklaration für die Schlachthäuser	2,1	1,91	1,9	1,8	1	2,14	3,25	2	0	5	4	2,0
Selbst-Deklaration für die Lieferanten	2,3	2,27	1,9	2	0,8	1,86	3,5	2,75	0	5	4	2,2
Zertifizierung der Herden	2,8	2,73	2,2	0,4	1,3	0,71	4,25	2,25	3,8	3,5	3	2,5
Zertifizierung der Schlachthäuser	2,9	3,18	2,1	1,4	2,1	1,86	3,75	2,25	0	5	4	2,7
Zertifizierung der Lieferanten	3,2	3,55	2	1,6	1,7	1,29	3,75	3,25	0	4,5	4	2,8
Eine "Schwarze Liste" von Lieferanten	3,2	2,18	2,6	1,6	3,1	4,29	3,25	4,5	2,1	4	1	2,9
Eine Positivliste von "guten" Lieferanten	3,5	1,91	2,2	2,4	2,3	4,57	3,75	4,5	1,4	5	5	3,1

Europäische Gerber würden als bevorzugte Option ein System begrüßen, wonach ihnen die auf den Ohrmarken der Schlachttiere gespeicherten Daten über eine gesetzeskonforme, tiergerechte Aufzucht, Transport und Schlachtung, zugänglich gemacht werden könnten. In der Tat würde ein derartiger Mechanismus es dem Gerber erlauben, sich ein klares Bild von jeder Haut und jedem Fell zu machen, welche/s in die Produktion gelangt. Europäische Gerber, welche ausschließlich europäische Rohware einarbeiten, würden damit in die Lage versetzt, bestimmte Nachweise ihren Kunden und der allgemeinen Öffentlichkeit gegenüber anzugeben im Hinblick auf den ethischen Code, der den europäischen Produktionsmethoden zugrunde liegt.

Jedoch wäre ein derartiger Ohrenmarkennachweis nicht für alle Fälle möglich. Häute und Felle oder wetblue aus Drittländern wären durch ein solches Modell nicht abgedeckt.

Die zweite Option die europäische Gerber begrüßen würden, wäre die Wahlmöglichkeit zwischen „guten“ und „schlechten“ Lieferanten auf einer Liste.

Eine Zertifizierung von Lieferanten, Schlachthöfen oder Herden stieß ebenfalls auf eine gewisse Zustimmung.

Als weitere Option wurde ein dokumentenbasiertes System von Chargen vorgeschlagen. Gerber, welche frische und gesalzene Häute und Felle einarbeiten, erhalten von ihren Lieferanten ein vorgeschriebenes Sanitärzeugnis, welches den Nachweis erbringt, dass das Tier der gelieferten Häute vor und in gewissen Fällen nach der Schlachtung, als „fit for human consumption“ inspiziert worden ist. Für Lieferungen aus Drittländern weicht die Erklärung geringfügig ab, hat aber den gleichen Wert. Jedoch offenbaren diese Dokumente nichts über einen ethisch verantwortlichen Umgang mit Tieren und dem Material. Jedoch stellen sie einige nützliche Informationen bereit, auf deren Basis Nachweise, z.B. über die Ursprungsländer der Rohware gegeben werden könnten.

Die niedrigsten Zustimmungsraten erreichten Mechanismen von Selbstdeklarationen seitens der Lieferanten, Schlachthöfe und landwirtschaftlichen Betriebe. In der Tat liegt Selbstverpflichtungen nicht immer ein wahres Bekenntnis zu Grunde und verschiedene Selbstverpflichtungsmodelle sind nicht unbedingt konsistent und deshalb kaum praktikabel. Diese würden auch eine gewisse Schwäche hinsichtlich der Glaubwürdigkeit darstellen basieren sie doch ausschließlich auf dem „guten Glauben“.

4.2. Wie sollte die Compliance auditiert werden?

Die letzte Frage beschäftigte sich mit den Optionen für die Auditierung der Compliance.

Die europäischen Gerber wurden gebeten die vorgeschlagenen Optionen in einer Skala von 1 bis 5 zu bewerten, wobei 5 die beste Lösung und 1 die schlechteste Lösung darstellt. Wertungen konnten mehrfach vergeben werden.

4.2. Einhaltung der Angaben (1-5)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Gewichteter Durchschnitt
Durch Käufer	2,5	2,73	3,5	3,2	2,1	2,71	2	2,5	1,7	4	2	2,6
Durch unabhängige Stellen: : Veterinärdienste	3,6	2,36	3,1	2,2	2,4	2	4,25	2,75	1,8	4	5	3,1
NGOs	2,6	1,36	2	1	1,3	1,14	2	3,25	2,7	1,5	1	2,1
Technische Zentren	2,8	3,09	3,2	1,6	1,6	2,14	4	4	4,2	2	4	2,8
Andere:.....	0,6	0,09	0	0,4	0,1 4	0,14	0	0,75	0	2,5		0,4
Gemeinsam durch Branchen- organisationen u. Wirtschafts- beteiligte	2,6	3,27	2,9	1,4	2,8	3,14	4	2,5	4,8	2	3	2,8

Die bevorzugte Option der europäischen Gerber ist eine unabhängige Institution, z.B. eine dritte Partei, um die Einhaltung der elementaren ethischen Produktionsstandards zu auditieren. Es herrschte die Ansicht vor, dass es Aufgabe der Veterinäre/Hygienebehörden sein sollte zu verifizieren, dass die Tierproduzenten und die Schlachthöfe entsprechend sozialer, umweltgerechter und tierschutzrechtlicher Vorschriften handelten.

Diese Aufgabe könnten auch technische Zentren übernehmen.

Außer den technischen Zentren wären auch Institutionen, die die verschiedenen Wirtschaftsbereiche repräsentieren, in der Lage, Überwachungsmechanismen zu installieren.

Die letzte Möglichkeit, welche eine überdurchschnittliche Zustimmung gefunden hat, ist ein von den Käufern initiiertes Auditierungssystem, bei dem z.B. der Gerber oder sein Vertreter den Lieferanten selbst besucht, um die Übereinstimmung hinsichtlich der ethischen

Geschäftspraktiken zu überprüfen, was ihm selbst eine gute Grundlage für die Erstellung von Nachweisen geben würde um seine Leder erfolgreich zu verkaufen.

Teil III: Schlussfolgerungen und Empfehlungen

1. Schlussfolgerungen

Verbraucher verlangen in zunehmender Masse Zusicherungen darüber, dass die Produkte die sie kaufen nicht nur ihren gewünschten Zweck erfüllen, sondern auch dass diese sicher sind und unter einwandfreien Bedingungen in der gesamten Produktionskette hergestellt wurden. Verstöße gegen soziale, umweltpolitische und ethische Werte stigmatisieren Produkte und Hersteller in den Augen der Verbraucher welche mehr und mehr nach nachhaltigem Konsumverhalten Ausschau halten.

Europäische Gerber erkennen, dass Verbraucher und Kunden sich für Vorgänge interessieren, die passieren bevor die Häute und Felle aus dem Schlachthof kommen.

Europäische Gerber berichten, dass die Verbraucher ihre Bedenken hinsichtlich bestimmter Skandale nur für einen begrenzten Zeitraum aufrechterhalten und dass ihre Kunden zunehmend eine allgemein proaktivere Haltung ihrer Lederlieferanten einfordern.

Die nachteiligen Auswirkungen von Sensationsmeldungen in der Presse werden von den Gerbern vor allem hinsichtlich ihrer negativen Auswirkungen auf das öffentliche Ansehen des Unternehmens oder der gesamten Branche wahrgenommen und weniger im Hinblick auf wirtschaftliche Auswirkungen oder bei der Personalbeschaffung.

Europäische Gerber unterstützen eine proaktivere Einstellung hinsichtlich Transparenz und Nachverfolgbarkeit bei der Rohwarenbeschaffung, erkennen aber auch die praktischen Schwierigkeiten bei der Umsetzung einer bestimmten Strategie. Es müssen sowohl die Vertraulichkeit von Geschäftsdaten auf der einen Seite, als auch die Einbeziehung aller beteiligter Wirtschaftskreise auf der anderen Seite gewährleistet werden.

2. Empfehlungen

Die große Mehrzahl von Lederprodukten welche auf dem europäischen Markt verkauft werden, sind importiert, überwiegend aus Ländern welche die Einhaltung von sozialen, umweltpolitischen und ethischen Standards nicht immer respektieren. Das Image von Leder im kollektiven Verständnis wird oft geprägt von Informationen welches unseren Markt über Praktiken an weit entfernten Orten erreicht und die nichts mit denen zu tun haben, wie sie in der europäischen Lederindustrie vorherrschen. „Leder“ leidet unter diesem beschädigten Image.

In diesem Zusammenhang machen die Sozialpartner der Europäischen Lederindustrie folgende Empfehlungen:

1. Das Verbrauchervertrauen in Leder als einem nachhaltigen Material muss durch eine konzertierte Anstrengung der europäischen Lederwertschöpfungskette gestärkt werden, wobei die verschiedenen Glieder in der Lieferkette ihren jeweiligen Beitrag im Hinblick auf ein umfassendes System leisten müssen.
2. Verbraucher müssen über die spezifischen Werte und Qualitäten der europäischen Lederindustrie aufgeklärt werden, um ihnen eine sachkundige Entscheidung zu ermöglichen.
3. Ein qualifiziertes Herkunftsnachweissystem für Lederprodukte (Herkunft des Produktes + Herkunft des Leders) könnten dem Verbraucher in Europa wesentliche Informationen für seine Kaufentscheidungen an die Hand geben.
4. Die Mechanismen und Inhalte von Vorschriften in Lieferkontrakten für die Rohwarenbeschaffung von Gerbern sollten für die Lieferkette mindestens bis zum Schlachthof entwickelt und getestet werden.
5. Praktiken in Drittländern die Grundlage für Bedenken darstellen, sollten überwacht werden. Lieferländer sollten in ein Rankingsystem klassifiziert werden, um europäischen Geschäftspartnern eine Orientierung über vertrauenswürdige Herkunftsorte für Häute und Felle zu geben.

6. Ein Standard für ein Rückverfolgbarkeitssystem welches sowohl den Schutz von vertraulichen Geschäftsdaten sicherstellt, als auch eine vernünftige Transparenz der Wertschöpfungskette hinsichtlich CSR relevanter Aspekte gewährleistet, soll weiter untersucht werden.