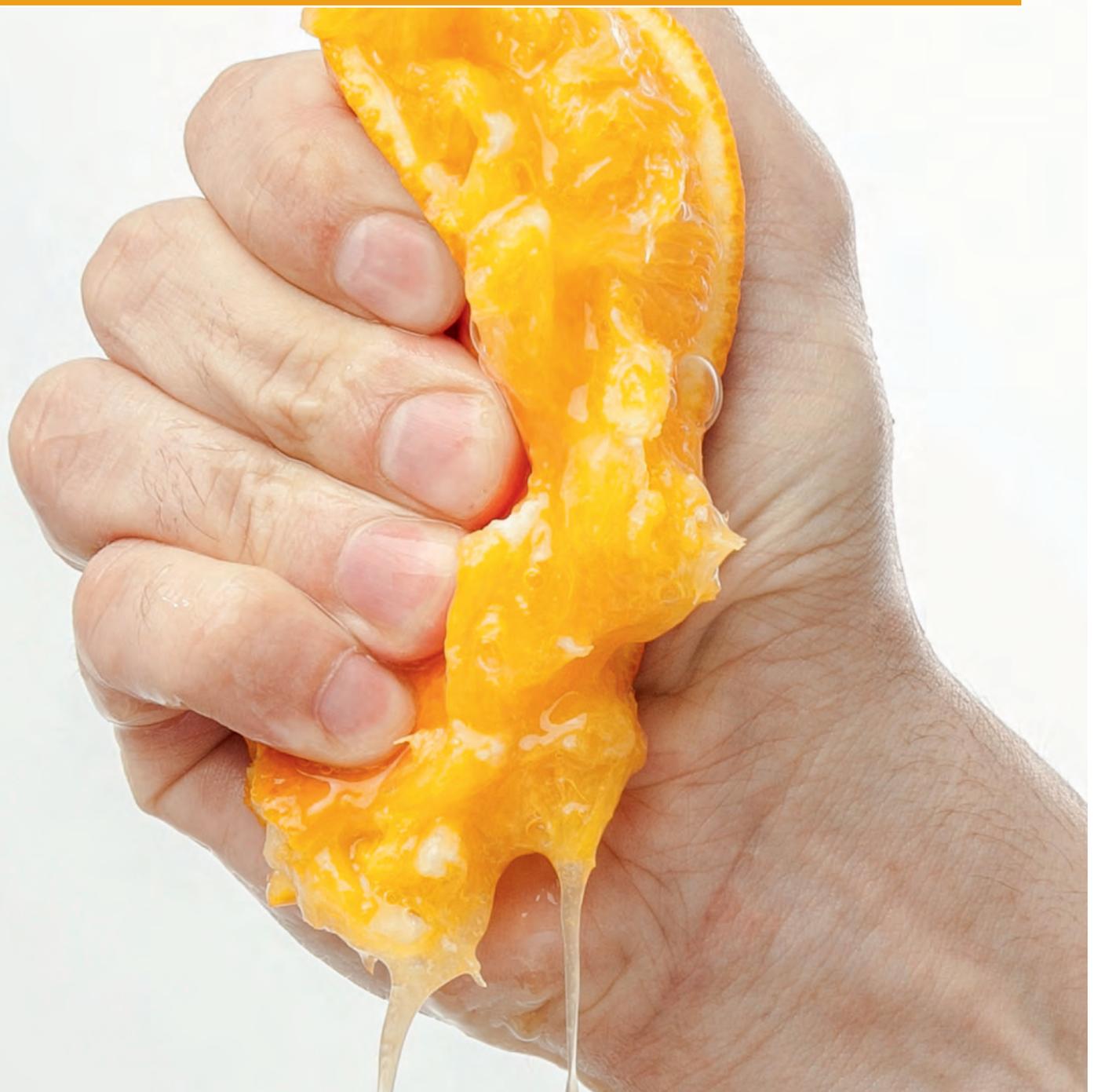


# AUSGEPRESST:

Hinter den Kulissen der Orangensaftindustrie



**2015**  
Europäisches Jahr  
für Entwicklung



CIR  
CHRISTLICHE  
INITIATIVE  
ROMERO



SUPPLY  
CHANGE  
MADE WITH CONSCIOUSNESS



GLOBAL 2000

**IMPRESSUM:**

**MEDIENINHABERIN, EIGENTÜMERIN UND VERLEGERIN:** GLOBAL 2000, Neustiftgasse 36, 1070 Wien.  
**FÜR DEN INHALT VERANTWORTLICH:** Martin Wildenberg/GLOBAL 2000, Sandra Dusch Silva/CIR  
**REDAKTION:** Carin Unterkircher/GLOBAL 2000, Eva Izquierdo/EEB – **DESIGN:** Hannes Eder – **FOTOS:** Martin Wildenberg/GLOBAL 2000 (S.7, S.9), Udo Rink/flickr (S.8), shutterstock (S.3/ruangrit junkong, S.4/violetkaipa, S.10/Vladyslav Starozhylov, S.11/Viktar Malyshchyts). COVER: shutterstock/prophoto14.

Die Veröffentlichung wurde mit Unterstützung der Europäischen Union ermöglicht. Für den Inhalt dieser Veröffentlichung sind allein die Christliche Initiative Romero und GLOBAL 2000 verantwortlich; der Inhalt kann in keiner Weise als Standpunkt der Europäischen Union angesehen werden.

## **AUSGEPRESST: HINTER DEN KULISSEN DER ORANGENSAFTINDUSTRIE**

**KURZDARSTELLUNG: Die Langfassung der Studie  
finden Sie auf [www.SupplyCha!nge.org](http://www.SupplyCha!nge.org)**

Mit Produktion und Verkauf von Lebensmitteln werden weltweit Milliarden Umsatz gemacht. Die Unternehmen, die an diesem Geschäft verdienen, wollen jedoch meist keine Verantwortung für die Produktionsbedingungen der von ihnen gehandelten und verkauften Produkte übernehmen. Die Orangensaftstudie zeichnet ein transparentes Bild der gesamten Orangensaftlieferkette, vom Anbau der Orangen bis zum Marketing und Verkauf des Fruchtsaftes. Wir werfen einen Blick hinter die Kulissen, die europäische Handelsketten gerne aufrecht erhalten würden. Die Studienergebnisse belegen Abhängigkeit und Ausbeutung der ArbeiterInnen und massive Umweltschäden, insbesondere durch Pestizideinsatz. Mit der Studie geben wir einen Überblick über die Zitrusindustrie in Brasilien und stellen die zentralen Unternehmen vor, die in diesem Sektor agieren, von Anbau und Ernte über die Erstellung von Konzentrat in Brasilien bis zu den Abfüllbetrieben und Handelsketten in Europa. Die entscheidenden Unternehmen in Brasilien sind Sucocítrico Cutrale Ltda. (Cutrale), Citrosuco S/A Agro (Citrosuco) und Louis Dreyfus Commodities Agroindustrial S/A (LDC). Als zentrale Akteure im europäischen Handel und Verkauf werden Aldi und Lidl untersucht.

Die vorgestellten Ergebnisse basieren auf qualitativen Feldstudien. Diese wurden von der Christlichen Initiative Romero (CIR) durchgeführt – zunächst im Juni/Juli 2013<sup>1</sup> und nun erneut im Juli 2015 gemeinsam mit der österreichischen Umweltorganisation GLOBAL 2000.<sup>2</sup>



## **BASISWISSEN ORANGENSAFT**

Der kommerziell gehandelte Orangensaft ist entweder als „Direktsaft“ oder, seit 1945, „aus Konzentrat“ produziert. Für den brasilianischen Export ist insbesondere der Orangensaft aus Konzentrat von Bedeutung. Hier liegt der brasilianische Anteil am weltweiten Handel bei 80%.<sup>3</sup> Der Großteil dieser Produktion stammt aus dem brasilianischen Bundesstaat Sao Paulo.



In den letzten 30 Jahren wurde eine enorme Produktivitätssteigerung in der Orangensaftproduktion erreicht, insbesondere aufgrund von dichterem Bepflanzung auf den Plantagen. Des weiteren verzeichnet die Branche eine enorme Konzentration der Akteure am Markt. Gab es zwischen 1970 und 1990 noch 15 bis 20 kleinere Firmen, die Orangen weiterverarbeiteten,<sup>4</sup> teilen heute drei internationale Multis den Markt unter sich auf: Citrusuco, Cutrale und Luis Dreyfus Commodities. Diesen stehen eine Vielzahl von kleinen und mittelgroßen OrangenproduzentInnen gegenüber. Die drei Saftgiganten verkaufen 50% des weltweiten produzierten Orangensaftkonzentrats an große Saftabfüll- und Verpackungsunternehmen. Diese zugespitzte Konsolidierung des Marktes gibt den verbleibenden drei Firmen eine enorme Marktmacht im Preishandel mit OrangenproduzentInnen und ermöglicht es ihnen regelmäßig den Einkaufspreis für Orangen unter die Produktionskosten zu drücken. Der Durchschnittspreis, den ein Produzent für eine Orangenkiste (40,8 kg) erhält, beträgt 3,40 Euro.<sup>5</sup> Aufgrund dieser geringen Preise des Saftkartells ist der Druck auf die Produzenten und die PlantagenarbeiterInnen enorm gestiegen. Die Zahl landloser AgrararbeiterInnen nimmt stetig zu.

Wie wirkt sich ein Glas Orangensaft auf unserem Frühstückstisch auf die Umwelt aus? Um diese Frage beantworten zu können, muss eine Lebenszyklus-Perspektive eingenommen werden, die den Konsumenten miteinbezieht, d.h. die Umwelteinflüsse berücksichtigt, die beim Kauf und der Verwendung des Produkts anfallen.



**Abbildung 1:** Die wichtigsten Phasen der Orangensaftproduktion. Die Zahlen beziehen sich auf das Jahr 2014.<sup>6</sup> Pestizid- und Düngemitelesatz pro Hektar aus 2009.<sup>7</sup> Um den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu berechnen, wurde der Durchschnitt aus vier Lebenszyklus-Analysen (LCA) Studien herangezogen.<sup>8</sup> Der Wasser-Fußabdruck wurde aus den Daten des Wasser-Fußabdruck-Netzwerks abgeleitet.<sup>9</sup> Die Zahlen für die Verteilung unterschiedlicher Verpackungen wurden aus 2009 genommen, das Gewicht der unterschiedlichen Verpackungsformen wurde von einer LCA zu Getränkeverpackungen<sup>10</sup> genommen und das Gewicht der unterschiedlichen Trinkkarton-Komponenten von der Tetra Pak Homepage.<sup>11</sup>

## **DIE UMWELTPROBLEME DER ORANGENSAFTPRODUKTION**

Die Marktmechanismen, die derzeit als „Unlautere Handelspraktiken“ (Unfair Trading Practices) diskutiert werden, verursachen sowohl Menschen- und Arbeitsrechtsverstöße als auch massive und langfristige Umweltprobleme. Durch extensive, ausschließlich profitorientierte Landwirtschaft werden natürliche Ressourcen langfristig geschädigt und schlimmstenfalls zerstört. Dies ist nicht zuletzt ein soziales Problem, denn insbesondere minderprivilegierte Bevölkerungsschichten haben keine Mittel um verlorenes Umweltkapital zu ersetzen (beispielsweise sauberes Trinkwasser durch den Kauf von Wasser).

### **Weltweit höchster Pestizidverbrauch**

Die Kultivierung von Orangen ist die pestizidintensivste Form der exportorientierten brasilianischen Landwirtschaft.<sup>12</sup> Seit 2008 führt Brasilien die traurige Weltrangliste im Pestizidverbrauch an,<sup>13</sup> mit explodierendem Bedarf in der letzten Dekade (190%), Tendenz weiter steigend. Auch der Milliarden schwere brasilianische Pestizidmarkt wird von wenigen internationalen Unternehmen dominiert – die hier noch immer Pestizide verkaufen, die in ihren Heimatmärkten längst verboten sind.<sup>14</sup>

Seit 2007 hat sich die Anzahl der gemeldeten Pestizidvergiftungen auf 4537 Fälle gut verdoppelt. Auch die Arbeitsunfälle im Zusammenhang mit Pestiziden sind in diesem Zeitraum um 67 Prozent angestiegen – ebenso die Zahl der gemeldeten Todesfälle von 132 auf 206. Die Dunkelziffern sollen noch weitaus höher sein. Als Anfang des Jahrtausends die sogenannte Greening Sickness, eine aus Asien stammende bakterielle Orangenkrankheit, in Brasilien auftauchte, ist vor allem der Einsatz der als extrem bienengefährlich geltenden Neonicotinoid-Insektizide explodiert. Bekämpft wird damit das kleine Insekt, das die Krankheit überträgt. Davon mitbetroffen sind vor allem auch Honig- und Wildbienen, die die blühenden Orangenbäume bestäuben. Allein in der Gemeinde von Rio Claro – Sao Paulo wurde zwischen 2008 und 2010 der Verlust von 10.000 Bienenstöcken durch Insektizide gemeldet.<sup>15</sup>

### **Die Klimabilanz von Orangensaft**

Der Vergleich von vier ‘lifecycle studies’<sup>16</sup> legt nahe, dass ein Liter Orangensaft ungefähr einen Footprint von einem kg CO<sub>2</sub>-Äquivalent aufweist. Dies ist vergleichbar mit dem Footprint von bio-zertifizierter Milch. Vor allem der hohe Düngerverbrauch, der Energiebedarf in der Produktion und die langen Transportwege fallen beim Orangensaft ins Gewicht.

## MENSCHENRECHTSVERSTÖSSE IN DER ORANGENSAFTPRODUKTION

Der Anbau von Orangen ist sehr arbeitsintensiv. Die Frucht wird überwiegend von Hand gepflückt. Die meisten ErntehelferInnen reisen von Plantage zu Plantage und arbeiten in der Ernte von Orangen, Zuckerrohr und anderen Produkten, in Abhängigkeit von der Saison. In der überwiegenden Mehrheit findet diese Arbeit zu einer Bezahlung statt, die weit unter dem liegt, was ein Mensch zum Leben in Würde braucht. Die hochgradig prekäre Arbeit der ErntehelferInnen ist eine physische Herausforderung, schlecht bezahlt, findet ohne gesundheits- und rechtlichen Schutz statt und ist abhängig von saisonalen Bedingungen.



### Ausbeuterische Arbeitsbedingungen

Angestellt werden die Pflücker von sogenannten Lider (von eng. Leader für Chef). Diese agieren als Sub-Auftragnehmer für die Plantagen, bei denen sie selbst angestellt sind. Es ist eine übliche Praxis, dass diese Lider sowohl den Transport als auch die Unterbringung der Pflücker organisieren – und daran gut verdienen, da stark übertriebene Mieten in oft katastrophalen Unterkünften verlangt werden. In vielen



Fällen müssen die Pflücker auch noch die Güter ihres täglichen Bedarfs beim Lider kaufen, ebenfalls zu stark übersteuerten Preisen. Der Lider zieht den Arbeitern seine Aufwendungen für Unterkunft, Transport und Verpflegung gleich vom Lohn ab.

Offiziell gibt es eine 44-Stunden Woche auf den Plantagen. Arbeitende haben das Recht auf eine einstündige Mittagspause. Allerdings findet die Arbeit unter derart großem Druck statt, dass Arbeitende häufig ihre Mittagspause nicht wahrnehmen und de facto Überstunden verrichten. Während der Erntezeit wird Arbeit auch am Wochenende erwartet. Zeitkarten der Arbeitenden belegen, dass über mehrere Jahre hinweg die wöchentlichen Ruhephasen unterdrückt wurden und Arbeitende im Durchschnitt auf einen Ruhetag im Monat kommen

### **Arbeitssicherheit und Gesundheit**

ArbeiterInnen aller besuchten Plantagen geben an, dass die zur Ernte verwendeten Leitern der zu verrichtenden Arbeit nicht angemessen sind. Dies führt zu häufigen Unfällen und Verletzungen. Häufig sind Leitern nur in einer einzigen Länge vorhanden, müssen aber gegen Bäume unterschiedlicher Höhe angelehnt werden. Pestizide werden häufig versprüht, während Arbeitende in den Feldern ernten. Dies führt zu allergischen Reaktionen und anderen Gesundheitsproblemen. Ein Training im Umgang mit toxischen Substanzen findet meist nicht statt, ebenso wenig wie eine Schulung in Gesundheitsfragen und Fragen der Arbeitssicherheit. Arbeitgeber informieren ihre ArbeitnehmerInnen nicht über die Gefahren, denen sie ausgesetzt sind und wie sie sich schützen können. Schutzkleidung ist entweder nicht vorhanden oder den Arbeiten unangemessen.



Pestizidverpackungsmüll auf einer Orangenplantage

### Diskriminierung und Versammlungsfreiheit

Die Studie belegt weiterhin die Diskriminierung von Frauen am Arbeitsplatz. Gewerkschaftsquellen legen nahe, dass in Saftfabriken männliche Angestellte eher unbefristete Verträge haben als ihre weiblichen Kolleginnen. Aus LDC und Cutrale Fabriken wurde über die Entlassung schwangerer Frauen und Frauen mit Kindern berichtet. Zusätzlich zu diesen ökonomischen Benachteiligungen sind Frauen oft psychologischer, physischer und sexueller Belästigung ausgesetzt.

Es herrscht eine dezidierte Antigewerkschaftshaltung sowohl auf den Plantagen als auch in den Fabriken. ArbeiterInnen, die mit Gewerkschaften in Kontakt stehen, laufen Gefahr ihren Job zu verlieren.

Im Juli 2015 wurde, unterstützt durch das SupplyCha!nge Projekt, in Atibaia, Brasilien, das Orangensaft-Netzwerk als Vernetzungsplattform aller Arbeiter in der Saft-Wertschöpfungskette gegründet. Das Netzwerk wird auch von NGOs wie TIEexchange und CIR unterstützt. Bei seinem ersten Treffen definierte das Netzwerk folgende Hauptproblemfelder in der Orangensaft-Wertschöpfungskette: (1) Unsichere Arbeitsbedingungen, (2) Bezahlung (3) Arbeitszeiten, (4) Diskriminierung, (5) Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz.

Abel Barreto beim Gründungstreffen des Internationalen Saft-Netzwerks in Atibaia, Juni 2015 **„Die Saftindustrie macht laufend Profit, während die Menschen in der Armut bleiben. Wir werden daher nicht aufhören zu kämpfen. Unsere Gewerkschaftsstrukturen haben sich überholt, das Kapital ist längst international. Gewerkschaften, die nicht über ihren Tellerrand blicken, bringen nichts. Wir brauchen internationale Solidarität und müssen Grenzen überwinden.“**



## WAS KÖNNEN SIE ALS KONSUMENTIN MACHEN?



### **Treffen Sie beim Einkauf die richtige Wahl!**

Im Fall von Orangensaft entscheiden Sie sich für Fairtrade oder biologischen Orangensaft. Beide Systeme erzielen bessere Preise für Bauern und ArbeiterInnen, zusätzlich verzichtet die Biolandwirtschaft auf den Einsatz von Pestiziden, Fairtrade setzt nur ein geringes Maß davon ein.



### **Schreiben Sie Ihrem Einzelhändler.**

Fragen Sie ihn, wo der Orangensaft herkommt, ob er sich darum kümmert, wie er hergestellt wurde und ob er denkt, dass die KonsumentInnen Orangensaft trinken wollen, der möglicherweise durch Sklavenarbeit hergestellt wurde und der die Umwelt der Produktionsländer zerstört.



### **Handeln Sie nachhaltig:**

Fahren Sie mit öffentlichen Verkehrsmitteln, gehen Sie zu Fuß oder fahren mit dem Rad zum Supermarkt. Wenn möglich, kaufen Sie Mehrwegverpackungen.



### **Vergessen Sie nicht:**

Als KonsumentIn haben Sie eine gewisse Macht durch die Auswahl der Produkte. Die Einzelhändler und die anderen Betriebe in der Lieferkette müssen Verantwortung für die Produktionsbedingungen übernehmen – genauso wie die politisch Verantwortlichen für die Rahmenbedingungen, unter denen produziert und konsumiert wird. Werden Sie aktiv und erinnern Sie sie an ihre Verantwortung.

## **UNSERE FORDERUNGEN AN DIE EUROPÄISCHEN SUPERMÄRKTE:**

Supermärkte müssen einen Verhaltenskodex annehmen, der menschenwürdige Arbeitsbedingungen garantiert und alle ILO-Kernarbeitsnormen umfasst. Diese müssen auch für ihre Zuliefererbetriebe entlang der Lieferkette gültig sein. Sie müssen dafür Sorge tragen, dass Umwelt- und Gesundheitsbelastungen entlang ihrer Zulieferketten reduziert oder ganz vermieden werden – selbst wenn diese möglicherweise nicht gegen nationale Gesetzgebung in den Produktionsländern verstoßen.

### **Multi-Stakeholder-Dialog:**

Die Implementierung, das Monitoring und der Nachweis, dass ein solcher Verhaltenskodex eingehalten wird, muss durch den direkten Kontakt mit Gewerkschaften und Arbeitsrechtsgruppen in einer glaubwürdigen Multi-Stakeholder-Initiative (MSI) gewährleistet werden. Da eine solche derzeit nicht existiert, sollten Supermärkte ein glaubwürdiges Zertifizierungsschema für ihre Produktpalette annehmen und ihren Einfluss nutzen, um bestehende Zertifizierungsschemata zu verbessern.

### **Umweltschutz:**

Supermärkte müssen die Umweltbelastungen entlang ihrer Lieferketten erheben und transparent dokumentieren. Sie müssen aktiv und kontinuierlich dazu beitragen, die Umweltbelastung entlang ihrer Lieferkette zu verringern.

### **Keine manipulative Preispolitik:**

Die Verzerrung der Kosten für Produkte durch manipulative Techniken (Negativmargen etc.) muss beendet werden. Kosten, die der Allgemeinheit durch Umweltverschmutzung oder Sozial-Dumping entstehen, müssen abgeglichen werden.

## LITERATURANGABEN

- <sup>1</sup> [www.ci-romero.de/fileadmin/download/presse/Pressemappe\\_O-Saft-Oktober\\_2013/Studie\\_komplett\\_Im\\_Visier\\_Orangensaft.pdf](http://www.ci-romero.de/fileadmin/download/presse/Pressemappe_O-Saft-Oktober_2013/Studie_komplett_Im_Visier_Orangensaft.pdf)
- <sup>2</sup> 2013 wurde ebenfalls eine Studie des Instituto Observatório Social (IOS) in Auftrag gegeben. Zusätzlich zu den im Rahmen dieser Forschungsreisen ermittelten primären Quellen (Interviews mit Arbeitenden, GewerkschaftsvertreterInnen etc.) wurden diverse sekundäre Quellen herangezogen, unter anderem Publikationen der genannten und weiterer Unternehmen, von Handelszusammenschlüssen, Regierungsveröffentlichungen sowie Fachpresseartikel und verschiedene wissenschaftliche Studien.
- <sup>3</sup> Commodities: Orange Juice, <http://www.investopedia.com/university/commodities/commodities14.asp> (Zugriff am: 22.09.2015).
- <sup>4</sup> <http://www.iea.sp.gov.br/out/verTexto.php?codTexto=3018> (accessed on: 22.09.2015).
- <sup>5</sup> [www.cepea.esalq.usp.br/citros/](http://www.cepea.esalq.usp.br/citros/)
- <sup>6</sup> TETRA PAK. 2010-2013. Worldwide Center for Research and Development and Business. Intelligence. Modena, Italy. Internal database.
- <sup>7</sup> Neves, Marcos Fava: An Overview of the Brazilian Citriculture 2009.
- <sup>8</sup> Carbon & water footprint of oranges and strawberries. A literature review. Mordini, M., Nemecek T., Gaillard G. Hrsg. Zürich, Agroscope Reckenholz-Tänikon ART. December, 2009, 1-76 S. <http://www.saiplatform.org/uploads/Library/WG%20Fruit%20-%20ART%20Final%20Report.pdf>
- <sup>9</sup> <http://waterfootprint.org/en/resources/interactive-tools/product-gallery/>
- <sup>10</sup> Umweltbundesamt Hintergrundpapier: ÖKOBILANZ FÜR GETRÄNKEVERPACKUNGEN FÜR ALKOHOLFREIE GETRÄNKE UND WEIN II 2002 [tpcomprod.blob.core.windows.net/static/documents/summary\\_uba\\_studies\\_german.pdf](http://tpcomprod.blob.core.windows.net/static/documents/summary_uba_studies_german.pdf)
- <sup>11</sup> <http://176.58.118.13/sourcing-performance-data>
- <sup>12</sup> Neves, Marcos Fava: An Overview of the Brazilian Citriculture 2009.
- <sup>13</sup> Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Programa de Análise de Resíduos de Agrotóxicos em Alimentos (PARA). Relatório de Atividades de 2011 e 2012. Brasília: Agência Nacional de Vigilância Sanitária; 2013.
- <sup>14</sup> PAN; Highly hazardous pesticides from BASF, Bayer, and Syngenta! Results of an international investigation. 2012. [http://www.pan-germany.org/download/Big3\\_EN.pdf](http://www.pan-germany.org/download/Big3_EN.pdf)
- <sup>15</sup> França, M. S. J. O sumiço das abelhas, Unesp Ciência, v.34, 2012.
- <sup>16</sup> Carbon & water footprint of oranges and strawberries. A literature review. Mordini, M., Nemecek T., Gaillard G. Hrsg. Zürich, Agroscope Reckenholz-Tänikon ART. December, 2009, 1-76 S. <http://www.saiplatform.org/uploads/Library/WG%20Fruit%20-%20ART%20Final%20Report.pdf>

# SUPPLY CHA!NGE – MAKE SUPERMARKETS FAIR

Die vorliegende Kurzfassung und der dazugehörige Report wurden im Rahmen des von der EU geförderten Projekts Supply-Cha!nge erstellt. In der SUPPLY CHA!NGE Kampagne hat sich eine Gruppe von zivilgesellschaftlichen Organisationen aus ganz Europa und dem globalen Süden zusammengetan mit dem Ziel die Eigenmarken von Supermärkten nachhaltiger zu machen. Supermärkte setzen in den vergangenen Jahren verstärkt auf Eigenmarken. Wenn diese Eigenmarken nachhaltiger produziert würden, hätte dies einen positiven Effekt auf die Umwelt und die Lebens- und Arbeitsbedingungen in Ländern des globalen Südens. Doch die Realität ist eine andere: Ausbeutung zum Dumpingpreis ist in den Fabriken und auf den Plantagen Alltag. SupplyCha!nge will, dass europäische Supermarktketten Verantwortung übernehmen für die Missstände in den Lieferketten ihrer Eigenmarken.



AgrOlink



"AUR" - ASOCIAȚIA NAȚIONALĂ A  
SPECIALIȘTILOR ÎN RESURSE  
UMANE



Südwind



Think  
Global

Learning for a just and sustainable world



Friends of  
the Earth  
Malta

