

Sedex: Eine Datenbank sichert Sozialstandards bei Werbemitteln

Das Gros der Promotionartikel stammt von asiatischen Zulieferern. Dass Arbeiter bei der Herstellung mit geringen Löhnen und überlangen Arbeitszeiten ausgebeutet wurden, ist dabei ein realistisches Risiko. Dem begegnet Sedex mit einer Datenbank, in der Audit-Ergebnisse von Zulieferern nachgeschlagen werden können. Allerdings gibt es Alternativen. VON ACHIM HALFMANN

Sedex ist kein Kodex und auch kein Sozial-Standard. „Die Abkürzung steht für Suppliers Ethical Data Exchange und ist – vereinfacht gesagt – die Bezeichnung für eine gemeinsame Datenbank von Unternehmen, die sich gegenseitig Prüfberichte aus Sozial-Audits zugänglich machen möchten“, erläutert Ahmad Ansari, Sustainability Manager bei der SGS-Gruppe Deutschland. Die Datenbank wurde von der Ethical Trading Initiative (ETI) ins Leben gerufen, um Lieferanten von Mehrfach-Auditierungen nach den ETI-Sozialstandards zu entlasten. „Die Besonderheit bei Auditierungen nach sozial-ethischen Standards ist, dass bei ihnen gerade nicht Produkte oder die Qualität von Produkten im Mittelpunkt stehen, sondern die Mitarbeiter von Unternehmen“, so Ansari. Grundlage seien häufig freiwillige und anonyme Interviews mit Mitarbeitern. Verhindert werden sollen beispielsweise Kinder- und Zwangsarbeit, überlange Arbeitszeiten, Diskriminierung oder Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz.

Seit über drei Jahren zählt der Werbeartikel-Anbieter Global Brand Concepts aus Worms zu den Sedex-Mitgliedern. Auslöser für den Beitritt war der Wunsch eines Kunden. „Sedex ist eine sehr freiwillige Organisation“, sagt Geschäftsführer Michael Weissenrieder. Es gebe keine genauen Pflichten: So sei etwa nicht festgelegt, von welchem Anteil der Zulieferer Auditierungen vorgelegt werden müssten. Verbreitet ist Sedex insbesondere in Großbritannien. In Deutschland und anderen europäischen Ländern ist dagegen die Business Social Compliance Initiative (BSCI) wesentlich bekannter, die einen eigenen Sozialstandard und eine Datenbank der auditierten Anbieter vorhält. Seit diesem Sommer

ist Global Brand Concepts ebenfalls BSCI-Mitglied – weil diese Initiative „verbindlicher, straffer, kritischer“ sei, berichtet der Geschäftsführer. Weissenrieder beobachtet bei seinen Kunden ein wachsendes Interesse an verantwortlich produzierten Produkten. Zugleich ist er skeptisch, was die Nachhaltigkeitsqualität der Produkte mancher – insbesondere kleinerer – Mitbewerber betrifft. „Nachhaltigkeit ist in aller Munde, aber überprüfen tun das viele noch nicht“, sagt Weissenrieder. Denn aus eigener Einkaufserfahrung weiß der Werbemittelfachmann: Wer in Asien nach Sozialstandards gefertigte Produkte ordert, zahlt gegenüber „irgendwie“ produzierter Ware drauf. Sedex und BSCI ist gemeinsam, dass sie keine Produktlabel anbieten. „Das liegt auch daran, dass es bei der Einhaltung von Sozialstandards mehr um die Geschäftsbeziehungen

zwischen den beteiligten Businesspartnern geht als um Endkundenbeziehungen“, so SGS-Experte Ansari. Sein Unternehmen zertifiziert nach ETI- und BSCI-Standard ebenso wie nach Social Accountability 8000 (SA8000). Die Zahl möglicher Sozialstandards ist hoch und schwer überschaubar: Ein Problem für Lieferanten, die sich mehrfach zertifizieren müssen, ebenso wie für Kunden, die eine solche Vielfalt kaum überblicken können. □

„Die Besonderheit bei Auditierungen nach sozial-ethischen Standards ist, dass bei ihnen die Mitarbeiter von Unternehmen im Mittelpunkt stehen.“

FairTrade



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International Lizenz. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>