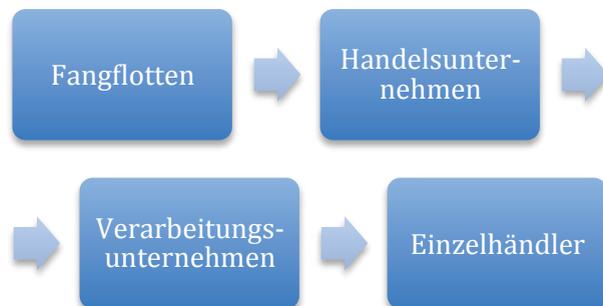


## Lieferkette für Thunfisch

Thunfisch ist eine ausgesprochen beliebte, preiswerte Proteinquelle und gemessen an Verkaufsumsatz und -menge das nach Garnelen/Krabben beliebteste Meerestier: 2008 wurde weltweit Thunfisch im Wert von 7,5 Mrd. US-Dollar konsumiert.

Der allergrößte Teil von Thunfischkonserven wurde für den US-amerikanischen und europäischen Markt produziert. Diese Märkte sind abhängig von Importen aus aller Welt. Hersteller beziehen Fisch aus mehreren Ozeanen, um eine konstante Versorgung zu gewährleisten. Aus diesem Grund **hängt der Konsum von Thunfisch in den USA und in Europa von globalen Lieferketten mit verschiedenen Gliedern ab**, namentlich

- den Fangflotten;
- den Zwischenhändlern zwischen den Fangflotten und den Verarbeitungsunternehmen;
- den Verarbeitungsunternehmen, die den Fisch aufbereiten und verpacken; sowie
- den Einzelhändlern, die den Fisch an den Endverbraucher verkaufen.



Die Verkehrsbeschäftigten spielen in diesen Lieferketten eine entscheidende Rolle. In jedem der erwähnten Glieder sind sie für den Transport zuständig, ob auf der Straße, der Schiene, dem See- oder Luftweg.

### Führende Unternehmen der Thunfisch-Lieferkette

Thunfischkonserven-Lieferketten sind sogenannte **käuferorientierte Lieferketten**, da es sich bei den führenden Unternehmen, die die anderen Akteure der Lieferkette steuern, um die großen Supermärkte handelt, die in den USA und in Europa den Lebensmittelhandel dominieren. Walmart (USA), Tesco (Großbritannien) und Carrefour (Frankreich) beherrschen den Markt für Schnelldreher in ihren jeweiligen Ländern. Durch sie ist in den Thunfisch-

konserven-Lieferketten eine Art "Oligopsonie" mit wenigen mächtigen Käufern und vielen Verkäufern entstanden. Die Einzelhändler nutzen ihre massive Kaufkraft aus, um Druck auf andere Unternehmen in der Lieferkette auszuüben und dadurch Preise sowie Normen zu beeinflussen.

### Die Struktur von Thunfisch-Lieferketten

Die große Macht der Einzelhändler hat einige wichtige Auswirkungen auf die übrige Lieferkette.

Sie führt zum Beispiel zu einer **Konzentration auf einige wenige große Marken**. So sind die "großen Drei" StarKist, Bumble Bee und Chicken of the Sea für über 80 Prozent des Umsatzes auf dem US-Markt verantwortlich, da die großen Supermärkte nur die zwei bis drei beliebtesten Marken in ihr Sortiment aufnehmen und nur die größten Marken in der Lage sind, die von den Supermärkten geforderten niedrigen Preise zu halten. Die großen Thunfischkonservenunternehmen konzentrieren sich zunehmend in der Hand einer kleinen Zahl großer Konzerne. Darüber hinaus werden auch der Aufkauf von Thunfisch von den Fangflotten und die Weitergabe an die Hersteller von großen Handelsunternehmen dominiert. So beherrschen drei Firmen den Thunfischhandel im westlichen und mittleren Pazifik: FCF, Tri Marine und Itochu. Obwohl also in erster Linie die Einzelhändler in der Lieferkette das Sagen haben, sind auch die Hersteller und die Handelsunternehmen relativ einflussreich.

Die Fischereiunternehmen, die die Markenhersteller mit Rohmaterial versorgen, sind dagegen über die ganze Welt verstreut. Die Besitzverhältnisse sind sehr zersplittert und es herrscht starke Konkurrenz zwischen den Flotten. Dadurch können Supermärkte, Hersteller und Handelsunternehmen **die Zulieferer gegeneinander ausspielen und die Preise für das Rohmaterial drücken**.

Die großen Supermärkte lassen sich im Wettbewerb um Kunden auf Preiskriege ein, in deren Verlauf Thunfisch oft als Sonderangebot verkauft wird. **Von den Zulieferern wird erwartet, dass sie bei den Preissenkungen mitgehen, wodurch sie stark unter Druck geraten**. Der Druck wird über die gesamte Lieferkette bis hin zu den Schiffsbesitzern





weitergegeben, die ihrerseits Kosten zu senken versuchen, indem sie

- die Löhne drücken und von der Besetzung erwarten, länger und härter für weniger Geld zu arbeiten; und
- nationale Vorschriften durch den Umstieg von nationalen Flaggen auf Billigflaggen umgehen.

Deshalb **hat der Druck, den die Einzelhändler auf die gesamte Lieferkette ausüben, negative Auswirkungen auf die Arbeitsbedingungen am anderen Ende der Kette.**

### Was bedeutet das für die Verkehrsbeschäftigten und ihre Gewerkschaften?

Entlang der weltweiten Thunfisch-Lieferkette arbeiten Beschäftigte in den Bereichen Fischerei, Handel, Transport, Verarbeitung und Einzelhandel. Um die Bedingungen für diese Arbeitnehmer/innen zu verbessern, muss **die enorme Kaufkraft der führenden Unternehmen beschränkt werden**. Das lässt sich nur durch eine Zusammenarbeit der unterschiedlichen Beschäftigtengruppen entlang der Thunfisch-Lieferkette und durch eine Verbesserung ihrer Verhandlungsstärke erreichen. Leider ist nur ein geringer Prozentsatz der Beschäftigten in der Fischereiwirtschaft gewerkschaftlich organisiert.

Um Abhilfe zu schaffen, hat die ITF Kräfte mit der Internationalen Union der Lebensmittel-, Landwirtschafts-, Hotel-, Restaurant-, Café- und Genuss-

mittelarbeiter-Gewerkschaften (IUL) gebündelt und gemeinsam mit ihr die Initiative **“From Catcher to Counter”** ins Leben gerufen. Damit gehen beide Verbände gegen die mangelhafte Regulierung des Sektors und die unzureichende gewerkschaftliche Vertretung vor. Die Zielsetzungen der Initiative lauten:

- Erhöhung der Zahl der Gewerkschaftsmitglieder im Sektor;
- Erhöhung des gewerkschaftlichen Einflusses;
- unternehmensübergreifende Normierung der Arbeitsbedingungen;
- Verbesserung der Arbeitsbedingungen der Beschäftigten;
- Garantie der Arbeitsbedingungen; sowie
- Einführung von Maßnahmen, die illegale, nicht regulierte und nicht gemeldete Fischerei verhindern.

Umsetzen lassen sich diese Zielsetzungen nur durch Organisierung des gesamten Sektors vom Fangschiff bis zur Verkaufstheke (**“From Catcher to Counter”**) und **durch Förderung der Zusammenarbeit zwischen Gewerkschaften, die die Interessen der unterschiedlichen Beschäftigtengruppen entlang der Fisch-Lieferkette vertreten.**

## ORGANISIERUNGSPROJEKTE IM BEREICH LIEFERKETTE UND LOGISTIK (SCALOP)

