

MODE UND BEKLEIDUNG

# Die schöne neue Welt des Onlinehandels





David Hachfeld

## Fast Fashion auf Speed

«Jetzt live verfolgen – Ihr DHL Paket kommt heute», lese ich im Posteingang, irgendwo zwischen dem Newsletter eines Outdoorhändlers, der mir «nur heute 40 % auf Merinoshirts» verspricht und der Erinnerung des Online-Modegiganten Shein «Die neuen Must-haves sind da.». Bei Shein hatte ich für unsere Recherche letztes Jahr was bestellt (siehe Public Eye Magazin vom November 2021). Seitdem bekomme ich zwei E-Mails pro Tag, die teils so skurril sind, dass ich den Newsletter einfach nicht abbestellen mag.

Nein, mein Paket beschatten mag ich heute nicht. Doch wie in den meisten Familien ist auch bei uns Onlineshopping Teil unserer Konsumweise geworden. In unserem Wohnblock legen die Paketboten die Pakete meist nur noch unten im Hausflur ab, dort türmen sich dann täglich ein Dutzend Sendungen, im Dezember zwei. Verdenken kann ich es den Boten nicht, dass sie uns nur noch selten etwas bis an die Wohnungstür bringen: Wie stark sie unter Zeitdruck stehen, zeigt schon das Tempo ihrer Schritte, wenn sie zwischen ihrem Lieferwagen im Halteverbot und den Haustüren Pyramiden von Paketen auf Lastenkarren balancieren.

Mit den Stapeln im Hausflur wuchs bei mir der Drang, den Online-Modehandel genauer unter die Lupe zu nehmen. Wie verändert die Digitalisierung die Machtverhältnisse, welche Folgen hat der Strukturwandel und wie können wir dafür sorgen, dass Zalando, Galaxus & Co. verantwortungsvoll und transparent agieren? Die Ergebnisse unseres Branchenpanoramas lesen Sie in dieser Ausgabe.

Am eindrücklichsten empfand ich die Allgegenwärtigkeit von Geschwindigkeit. Nicht nur bei den Paketbot\*innen und Logistikarbeiter\*innen, die die Kehrseite von Versprechen wie «bis 19 Uhr bestellt, am nächsten Tag geliefert» zu spüren bekommen. Auch beim Wachstum der grossen Player, für die jährliche Umsatzsprünge von 50 % normal sind, dann in den Textilfabriken, die den Druck, neue billige Produkte in die Shops zu bringen, an die Näherinnen weiterreichen, und schliesslich im Gehirn von uns Konsument\*innen: «Ihre Bestellung wurde erfolgreich zugestellt», meldet mein Posteingang, und Sekundenbruchteile später gaukelt mir eine Dosis des Glückshormons Dopamin einen flüchtigen Augenblick vermeintlichen Shoppingglücks vor – bitterer Nachgeschmack inklusive.

David Hachfeld

### Dank Ihnen!

Die Reportagen und Analysen in unserem Magazin und die Recherchen, auf denen diese beruhen, sind nur dank der Unterstützung unserer Mitglieder und Spender\*innen möglich.

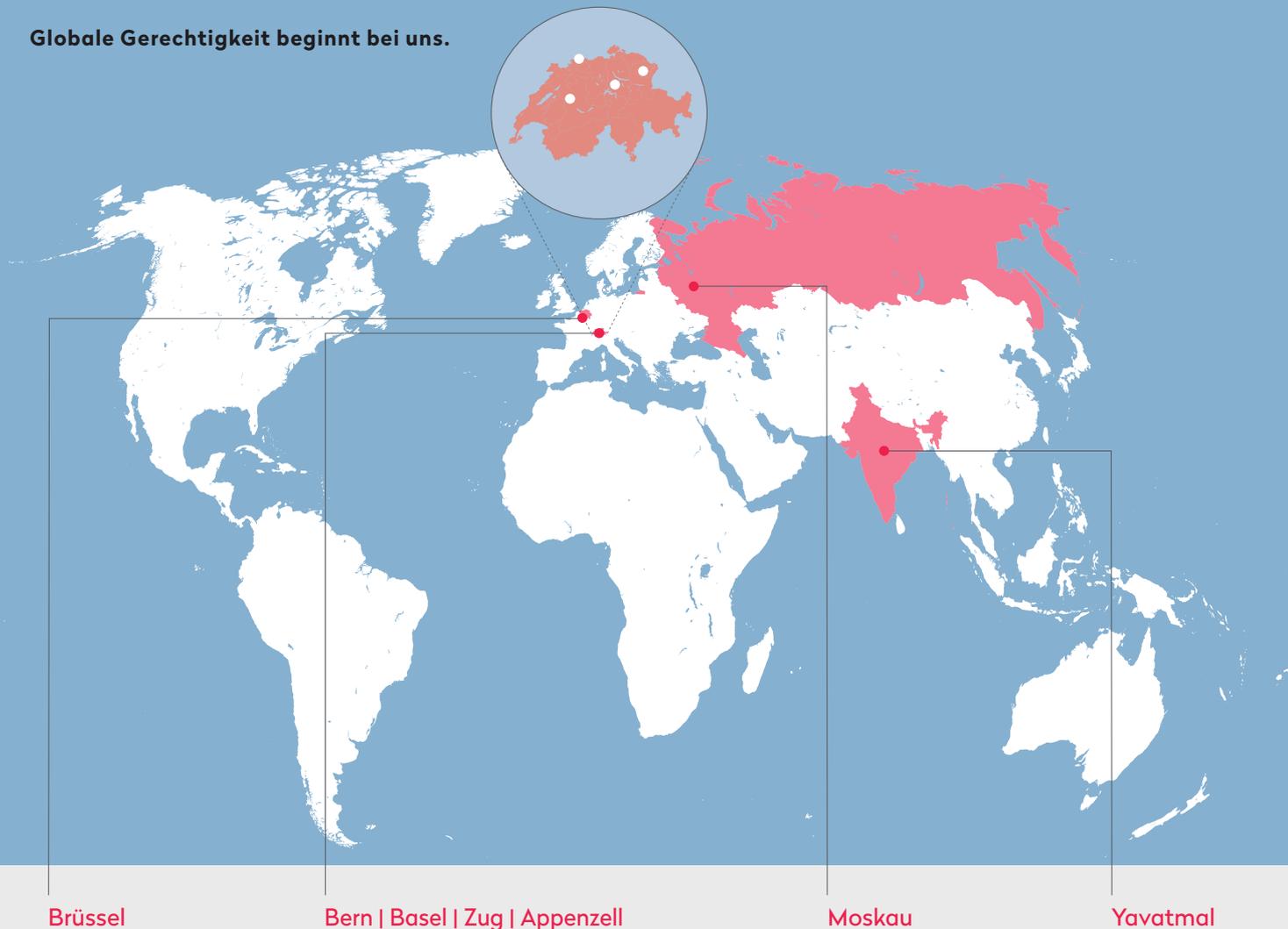
**Sie sind bereits Mitglied?** Herzlichen Dank! Doppelten Dank, falls Sie eine Mitgliedschaft verschenken. [publiceye.ch/geschenkaboo](https://publiceye.ch/geschenkaboo)

**Sie sind noch nicht Mitglied?** Mit 75 Franken pro Jahr sind Sie dabei und erhalten regelmässig unser Magazin. [publiceye.ch/mitglieder](https://publiceye.ch/mitglieder)

**Oder wollen Sie uns zuerst kennenlernen?** Dann bestellen Sie gratis drei Ausgaben als Schnupperabo. [publiceye.ch/schnuppern](https://publiceye.ch/schnuppern)

Wir freuen uns, von Ihnen zu hören.

**Public Eye**



Brüssel

Bern | Basel | Zug | Appenzell

Moskau

Yavatmal

## Die Schattenseiten des Booms im Online-Modehandel

- 4 Immer mehr Mode wird online verkauft. Doch sind die digitalen Händler verantwortungsvoll und transparent? Nicht wirklich. Public Eye fordert vom Bund nun politische Leitplanken.  
**Bern, Schweiz**

## Die russischen Oligarchen und ihre vielen Swiss Connections

- 16 Zu russischen Superreichen, die mit dem Kreml verhandelt sind, unterhält die Schweiz schon lange enge Verbindungen. Public Eye hat 32 Oligarchen näher unter die Lupe genommen.  
**Appenzell und Zug, Schweiz | Moskau, Russland**

## Wer Wiedergutmachung fordert, hat in der Schweiz hartes Brot

- 21 Betroffene von Menschenrechtsverletzungen sehen sich beim Zugang zu ihrem Recht vielen Hürden gegenüber – vor allem in der Schweiz. Das zeigt ein Fall mit Syngenta als Akteur.  
**Basel und Bern, Schweiz | Yavatmal, Indien**

## Schnüffelstaat Schweiz gibt nicht auf: 431 Einträge zu Public Eye

- 24 Der Nachrichtendienst des Bundes hat die gesetzlichen Grundlagen systematisch missachtet. Das zeigt ein Gutachten, das Public Eye in Auftrag gegeben hat.  
**Bern, Schweiz**

## Konzernverantwortung in EU kommt, die Schweiz schläft

- 26 Die EU-Kommission hat Anfang Jahr ein Konzernverantwortungsgesetz vorgestellt, das EU-weit gelten soll. Public Eye setzt sich mit anderen dafür ein, dass die Schweiz nachzieht.  
**Brüssel, Belgien | Bern, Schweiz**

## Bundesrat will bei Medikamenten Geheimrabatte statt Transparenz

- 30 Im neuen Krankenversicherungsgesetz sollen Geheimrabatte verankert werden. So könnten die Pharmakonzerne ihre missbräuchlichen Preise und Margen noch besser durchsetzen.  
**Bern, Schweiz**

# Blackbox Online-Modehandel

Im letzten Jahrzehnt ist der Online-Modehandel rasant gewachsen, während der stationäre Verkauf massiv an Bedeutung verloren hat. Dieser Strukturwandel stellt die Machtverhältnisse im Modemarkt auf den Kopf: Die Onlinehändler nehmen eine neue «Gatekeeper»-Rolle ein – allerdings, ohne sich der damit einhergehenden Verantwortung zu stellen. Wie transparent und verantwortungsvoll sind die neuen Taktgeber im Modehandel? Eine Untersuchung von Public Eye blickt hinter die Kulissen dieses lukrativen Geschäfts.

DAVID HACHFELD



Der Klick im Internet und die Lieferung nach Hause ist für viele zur Gewohnheit geworden – 2021 wurden in der Schweiz drei von zehn Kleidungsstücken online gekauft. Mit Zalando ist inzwischen ein Onlineshop der umsatzstärkste Bekleidungshändler in der Schweiz. Das Beratungsunternehmen Carpathia schätzt den Umsatz auf 1,04 Milliarden Franken; damit dürfte der deutsche Konzern knapp 10 % des Schweizer Bekleidungs- und Schuhmarktes kontrollieren.

Umbrüche sind für die Modeindustrie nichts Neues: Schneider\*innen und Heimfertigung wurden mit der Industrialisierung ab der Mitte des 19. Jahrhunderts von Modefachgeschäften und Warenhäusern mit Konfektionsware aus Massenfertigung schrittweise an den Rand gedrängt. In der Schweiz standen dafür Namen wie PKZ, Schild, Epa oder Nordmann, Vilan und Placette, die Vorgängerfirmen von Manor. In den 1970ern begann dann der Aufstieg grosser Markenfirmen mit Hunderten von Filialen wie C&A und Charles Vögele, die seit den 1990ern wiederum von schnell und günstig produzierenden Fast-Fashion-Konzernen (H&M, Zara/Inditex, Tally Weijl) und noch billigeren Mode-Discountern (Chicorée, in Deutschland Kik und Primark) unter Druck gesetzt werden.

### Der Modehandel wird digital

Keiner dieser Trends hat frühere Vertriebsformen komplett ausgelöscht, und dazu wird es wohl auch durch den Onlinehandel nicht kommen. Und doch zeichnet sich mit der Digitalisierung einer der tiefgreifendsten Umbrüche im Modehandel ab. Während frühere Umwälzungen die Wege der Konsument\*innen in neue Geschäfte umgelenkt haben, müssen sich diese nun gar nicht mehr auf den Weg machen. Der Klick auf dem Sofa oder von unterwegs erfolgt oft spontan, er ist an keine Öffnungszeiten gebunden und er verspricht Ablenkung – ein schneller vermeintlicher Konsum-Glücksmoment in unserem verdichteten Alltag.

Neue digitale Marketingstrategien befeuern diesen Konsumwandel und zielen auf den spontanen Impulskauf: Personalisierte Werbung richtet sich nach unserem Surfverhalten, unserer Kaufhistorie und den Vorlieben unseres Bekanntenkreises im Netz. Unternehmen wissen, wann wir besonders anfällig für den nächsten 48-Stunden-Rabattcode oder ein anderes vermeintliches Schnäppchen sind, sie locken uns mit Konsumglück ohne Stress und Reue; unkomplizierte Rücksendung inklusive.

Und diese Marketingstrategien haben Erfolg: Der Online-Anteil am Modehandel wächst rasant. Die Ladenschliessungen und veränderten Konsumgewohnheiten während der Coronapandemie haben diesen Trend noch weiter befeuert, sodass Analyst\*innen gar von einem Epochenwechsel sprechen. Dem European E-Commerce Report zufolge tätigten 90 % der Internetnutzer\*innen in der Schweiz 2020 Onlineeinkäufe. Damit liegt das Land

auf Platz vier in Europa und deutlich über dem europäischen Durchschnitt (71 %). Mode ist dabei eine der beliebtesten Warenkategorien: 51 % der im Auftrag der Post befragten Onlinekäufer\*innen gaben 2021 an, Bekleidung überwiegend online zu kaufen. Noch beliebter waren lediglich Reisen, Medien und Veranstaltungstickets.

### Erst wachsen, später Profite abschöpfen

Nicht nur der Konsum verändert sich rapide, der Trend zum Onlineshopping sortiert auch die Machtverhältnisse in der Modeindustrie neu. Neue Akteure erobern innert weniger Jahre grosse Marktanteile und setzen die Platzhirsche unter Druck. E-Commerce-Plattformen und Suchmaschinen befördern ganz neue strategische Machtpositionen im Handel, und die Anforderung nach noch mehr Tempo, niedrigeren Preisen, grösserer Auswahl und besserer Anpassung an kurzfristige Trends erhöht den Druck auf Produktion und Logistik sowie die dort beschäftigten Menschen.

In der Digitalwirtschaft orientieren sich viele am Leitsatz «Erst wachsen, später Profite abschöpfen». Der Grund dafür ist simpel und brutal: Der Anbieter, dem es zuerst gelingt, in einem Bereich so viele Kund\*innen oder Nutzer\*innen zu gewinnen, dass er als eindeutiger Marktführer angesehen wird, erhält eine strategische Machtposition, die es ihm ermöglicht, die Konkurrenz kleinzuhalten (oder aufzukaufen) und den eigenen dominanten Marktanteil lange zu halten. Microsoft, Google und Amazon sind Paradebeispiele dafür.

---

**Amazon hat seinen Umsatz rasch gesteigert, doch in den ersten sieben Geschäftsjahren nur Verluste geschrieben.**

---

Während für Unternehmen mit Produktionsstätten und Filialen jedes Wachstum auch mit deutlich höheren Betriebskosten einhergeht, ist diese Hürde im digitalen Bereich viel niedriger. Natürlich müssen auch hier Personal-, Server- oder Logistikkapazitäten mitwachsen, aber die Skaleneffekte, also die Vorzüge geringerer Produktions- und Handelskosten pro Stück bei wachsendem Umsatz, sind viel grösser. Amazon hat seinen Umsatz kontinuierlich und rasch gesteigert, doch in seinen ersten sieben Geschäftsjahren nur Verluste geschrieben. Erst seit 2016 gehen mit einer absolut dominanten Marktposition auch die Profite steil nach oben.

Ähnlich sieht es bei Zalando aus: Das 2008 gegründete Unternehmen setzte auf rasche Expansion und wurde im deutschsprachigen Raum bald zum Synonym für Online-Schuh- und später -Kleiderkauf, kam jedoch



Arbeiter\*innen in einem Verteilzentrum des Onlinehändlers Asos in Barnsley, Grossbritannien: Die massive Zunahme des Onlinehandels erfordert immer mehr und immer grössere Lager.

© Chris Ratcliffe/Bloomberg via Getty Images

erst 2014 aus den roten Zahlen. Mit dieser aggressiven Expansionsstrategie gelingt es einigen E-Commerce-Unternehmen, binnen weniger als einer Dekade Marktanteile zu kontrollieren, mit denen sie selbst grosse Händler mit Hunderten Filialen auf die Plätze verweisen. 2017 hat Zalando den bis dato führenden H&M-Konzern als grössten Modehändler der Schweiz abgelöst, in den USA hat Amazon 2020 den Supermarktgiganten Walmart auf Platz zwei im Bekleidungsgeschäft verwiesen.

### Strukturwandel und Ladensterben

Der stationäre Modehandel, also der Verkauf von Kleidung in Modefachgeschäften, Warenhäusern und Filialen grosser Modemarken, gehört zu den offensichtlichsten Verlierern dieser Entwicklung. Die Umsätze im Bekleidungsdetailhandel in der Schweiz sind seit 2010 rückläufig, im Schnitt gingen sie gemäss Bundesamt für Statistik um 2,5% pro Jahr zurück. Besonders drastisch war der Rückgang 2020, im ersten Jahr der Pandemie, mit 13,7%. Das Plus von 8,8% im Jahr 2021 konnte diese Entwicklung abflachen, es bricht jedoch nicht den langfristigen Trend. Der Onlinehandel hingegen wächst ständig, mit einem besonders starken Umsatzzuwachs von 14,3% von 2019 bis 2020.

Auf den Umsatzschwund folgen das Ladensterben, Geschäftsaufgaben und der Abbau von Arbeitsplätzen. Zählte das Bundesamt für Statistik 2011 noch 3901 Betriebe im Bekleidungs- und Schuhdetailhandel,

so waren es 2019 nur noch 3131. Binnen acht Jahren wurde jedes fünfte Geschäft geschlossen. In der Folge gingen 8253 Jobs verloren, wobei Frauen mit einem Beschäftigungsrückgang von 21% (im Vergleich zu 10% bei Männern) überproportional betroffen waren.

Im gleichen Zeitraum stieg die Zahl der Schweizer Betriebe im Versand- und Internetdetailhandel (über alle Warengruppen) um 72% auf 1724 (2019). Jobs sind dadurch hingegen nur wenige neu entstanden (von 6374 in 2011 auf 7577 in 2019). Ein deutlicher Hinweis darauf, dass die Schweizer Player im Onlinehandel eher kleinere Unternehmen sind, die grossen hingegen überwiegend aus dem Ausland grenzüberschreitend in die Schweiz verkaufen. Der Online-Einkaufstourismus ist für Konsument\*innen noch einfacher als das Shoppen vor Ort im Ausland, und er setzt dem stationären Modehandel in der Schweiz entsprechend stärker zu.

### Digitale Plattformen als neue Machtzentren

Der Aufstieg der Online-Giganten führt nicht nur in der Schweiz zur Verdrängung kleinerer stationärer Händler. Auch die grossen internationalen Markenfirmen, die ehemals unangefochtenen Herrscher der Mode-Lieferketten, geraten unter Druck und sind gezwungen, neue Kooperationen einzugehen, um keine Marktanteile zu verlieren.

Ein eigenes grosses Filialnetz, das sie unabhängig von Warenhäusern und klassischen Modegeschäften macht und ihnen ermöglicht, die Detailhandelsmarge

selbst einzustreichen, galt lange als zentraler Pfeiler des Erfolgsmodells von Zara/Inditex, H&M und Co. In Zeiten der Digitalisierung sind Filialen jedoch schwerfällig und vor allem kostenintensiv. Da verwundert es nicht, dass einige Unternehmen die Coronapandemie zum Anlass nahmen, um weniger rentable Filialen zu schliessen. Fast alle versuchen hingegen, ihre digitalen Absatzkanäle auszubauen und investieren dafür in Onlineshops und Logistikkapazitäten. So schloss H&M im Geschäftsjahr 2020 weltweit 58 Filialen und steigerte parallel dazu den Onlineanteil am Umsatz auf 28%. Das zeigt, dass die bisherigen Platzhirsche durchaus ihre Strategien anpassen. Dennoch gelingt es ihnen nicht mehr, an den neuen grossen Onlinehändlern vorbeizukommen, insbesondere an den grossen Online-Handelsplattformen, auf denen viele Marken gleichzeitig angeboten werden.

Als H&M 2018 den Aktionär\*innen ankündigte, in Zukunft seine Produkte in China zusätzlich auf der Online-Verkaufsplattform Tmall anzubieten, war dies auch das Eingeständnis, die gesteckten Wachstumsziele im Onlinehandel-Pioniermarkt China über die eigenen Vertriebskanäle allein nicht erreichen zu können. Tmall ist das in China dominierende Online-Kaufhaus des E-Commerce-Riesen Alibaba. Zara und andere Marken des ansonsten auf Exklusivität bedachten Inditex-Konzerns finden sich mittlerweile ebenfalls auf der Plattform.

Dasselbe gilt in Europa: Einst exklusiv über eigene Filialen verkaufende Fast-Fashion-Konzerne kommen nicht mehr an den grossen Online-Plattformen vorbei. C&A und das Schweizer Modeunternehmen Tally Weijl verkaufen über den europäischen Marktführer Zalando, genauso wie die H&M-Gruppe und Inditex (wenn auch noch nicht mit ihren Lead-Marken H&M und Zara, sondern mit Nebenmarken wie Weekday oder Bershka). Ausserdem werden Produkte von Weekday (H&M), Tally Weijl oder dem italienischen Fast-Fashion-Konzern OVS über die etwas kleinere Plattform About You verkauft, im britischen Onlinestore Asos tauchen H&M- und Inditex-Nebenmarken ebenfalls auf.

Eine Markenfirma, die früh erkannt hat, dass sie an den Plattformen nicht vorbeikommen wird, und darum auf eine intensive strategische Kooperation gesetzt hat, ist der dänische Fast-Fashion-Riese Bestseller. Das Unternehmen und sein Eigentümer haben sich mit grösseren Minderheitsbeteiligungen bei About You, Asos und Zalando eingekauft. Nicht nur dort sind die Produkte der Bestseller-Marken Jack&Jones, Only und Vero Moda prominent platziert: Auch beim Schweizer Onlinehändler Galaxus, der mehrheitlich der Migros

gehört, sind diese im Angebot, und sogar mehr als in den konzerneigenen Onlineshops.

Noch scheinen einige Firmen zu versuchen, sich dem Sog von Amazon, der weltweit grössten Online-Handelsplattform, zu entziehen. Mittelmässige Anbieter, die neben eigenen Filialen schon eine längere Tradition der Zusammenarbeit mit fremden Detailhändlern haben, wie z. B. Esprit oder die mehrheitlich zur Schweizer Maus-Frères-Gruppe gehörende Lacoste, haben da weniger Hemmungen; wie viele andere Marken werden sie bei Amazon prominent in eigenen «Brand Stores» beworben und verkauft.

### Wer ist von wem abhängig?

Zunächst sieht das Verhältnis zwischen Markenfirmen und kleineren Händlern einerseits und Online-Warenhäusern und Marktplätzen andererseits nach einer gegenseitigen Abhängigkeit und einer Win-win-Situation aus: Die Plattformen sind auf bekannte Marken und Händler angewiesen, um selbst bekannter zu werden, mehr Artikel anbieten zu können und so mehr Kund\*innen zu erreichen. Für Markenfirmen und kleinere Händler sind die Plattformen wiederum eine Möglichkeit, den Absatz zu vergrössern und neue Zielgruppen, teils auch in anderen Ländern, zu erreichen. Die anfangs oft recht geringen Provisionen und Handelsmargen der Plattformen sind zum Teil niedriger als die Kosten eines eigenen Onlineshops mit zugehöriger Logistik. Je grösser eine Plattform jedoch wird, umso mehr kann dieses Win-win-Verhältnis in eine einseitige Abhängigkeit kippen, bei der Amazon und Co. am längeren Hebel sitzen. Sie werden «Gatekeeper» (Torwächter) im Modehandel und beeinflussen mehr und mehr, welche Angebote Konsument\*innen zu Gesicht bekommen.

Plattformen führen die Produkte verschiedener Hersteller zusammen und schaffen eine äusserliche Vergleichbarkeit zwischen diesen. Auch bei einem Besuch in einem Kaufhaus vergleichen Konsument\*innen oft unterschiedliche Kleidungsstücke miteinander, die Entschei-



derung für ein bestimmtes Stück ist hier jedoch meist von vielen verschiedenen Faktoren geprägt: Neben Preis und erstem Eindruck fliessen auch die Haptik des Materials, die Verarbeitungsqualität und der Tragekomfort in die Entscheidung mit ein. Beim Onlineshopping fallen viele dieser Faktoren weg: Neben dem ersten Eindruck in der gewaltigen Bilderflut zählt hier vor allem der Preis – insbesondere dann, wenn er noch mit einem Rabatt versehen ist. Dies erhöht den Preisdruck auf Markenfirmen, den diese wiederum an ihre Hersteller weiterreichen.

Viele Plattformen sind mittlerweile so gross, dass Konsument\*innen gar nicht mehr alle zur Auswahl stehenden Produkte erfassen können. Umso wichtiger wird, welche Produkte zuoberst angezeigt oder von den Plattformen beworben werden. Für unabhängige Händler auf den Plattformen steigt deshalb der Druck, zusätzlich zu den üblichen Verkaufsprovisionen (zwischen 5 und 30 %) noch Werbegebühren an die Plattformen zu entrichten, um unter den ersten Ergebnissen einer Kategorie zu landen. Zusätzlich steigt der Druck auf Händler, auch die Lagerung, den Versand und die Retourenabwicklung an Plattformen auszulagern, da sie nur dann ihren Kund\*innen schnelleren Versand und bevorzugte Abwicklungsroutinen anbieten können.

Die Analystin Stacey Mitchell vom US-amerikanischen Institute for Local Self-Reliance (ILSR) schätzt, dass Amazon-Marketplace-Händler von 100 Dollar Umsatz mittlerweile im Schnitt 34 Dollar an Amazon zu-

rückzahlen – in Form von Verkaufsprovisionen, Werbe-, Logistik- und sonstigen Gebühren. Und dort, wo die Plattformen als Online-Kaufhäuser selbst die Händlerrolle einnehmen, steigt der Druck auf Markenfirmen, günstigere Grosshandelskonditionen anzubieten und an Rabatt- und anderen Werbeaktionen der Plattformen teilzunehmen, um einen hohen Marktanteil und Verkaufsrang zu halten. Heute schon sind die Werbestrategien so ausgeklügelt und die Marketingbudgets einiger Plattformen dermassen gross, dass es ihnen gelingt, Konsument\*innen, die auf der Suche nach Markenshops sind, auf ihre Plattformen umzuleiten.

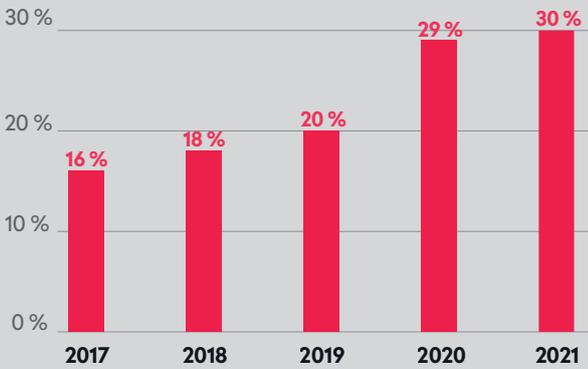
### Kontrolle über Daten, Surfverhalten und Bildschirmzeit

Eine weitere Machtressource, die mit der Grösse einer Plattform wächst, sind die Daten der Nutzer\*innen. Informationen über Interessen, Sucheingaben und Käufe von Millionen Menschen schaffen nicht nur die Basis für effektives, zielgruppenspezifisches Marketing. Sie sichern den Plattformen auch einen Informationsvorsprung gegenüber Markenfirmen und Dritthändlern und ermöglichen es ihnen, Trends frühzeitig zu erkennen und auszuschlachten: Verkauft sich ein Produkt eines Marktplatz-Händlers besonders gut, kann die Plattform überlegen, ob sie dasselbe oder ein ähnliches Produkt nicht auch selbst verkaufen oder gar produzieren lassen soll, um eine höhere Marge einzustreichen. →

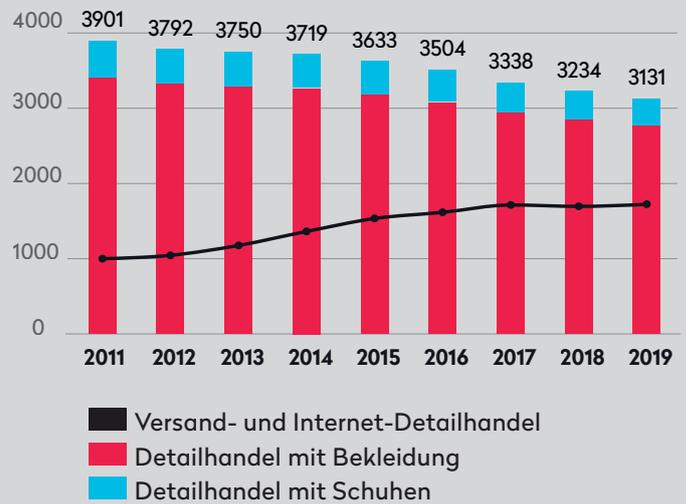


# DAS GESCHÄFT MIT DER MODE

**ONLINE-ANTEIL AM BEKLEIDUNGS- UND SCHUHDETAILHANDEL (SCHWEIZ)**

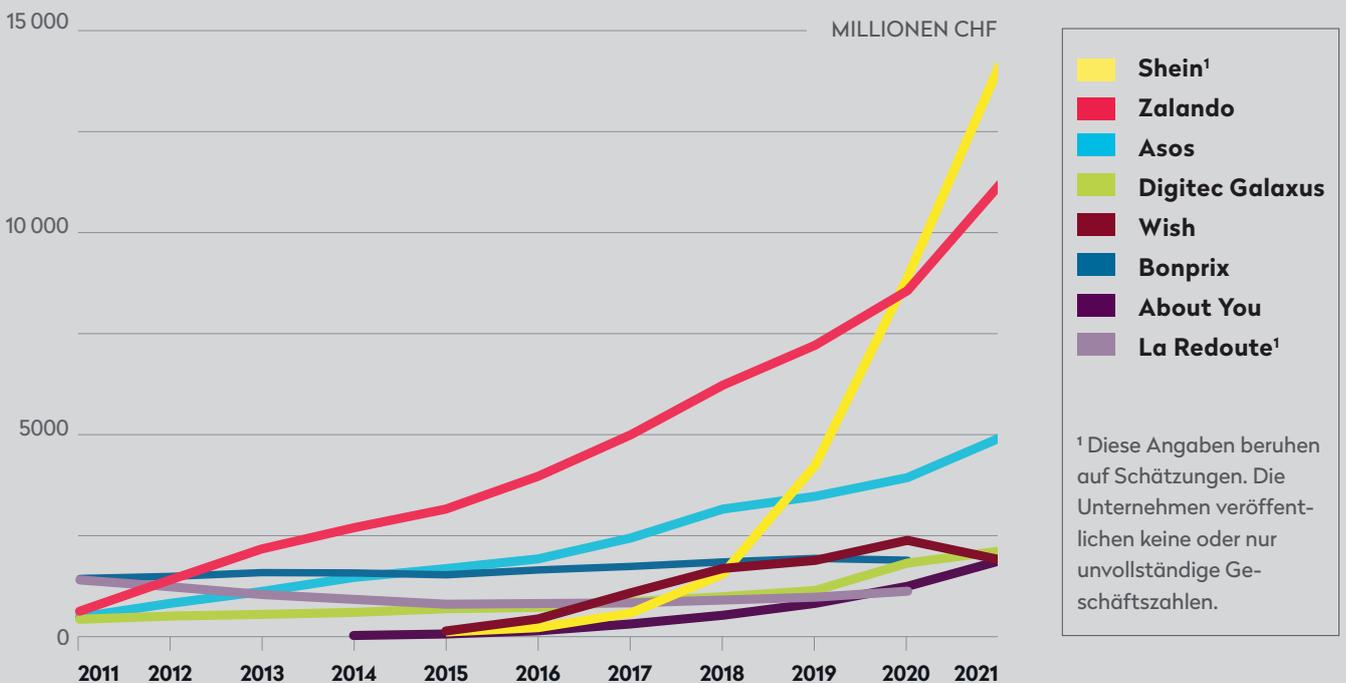


**ANZAHL DER BETRIEBE IM MODE- UND ONLINEHANDEL**



## UMSATZENTWICKLUNG GROSSER ONLINEHÄNDLER

Die globalen Umsätze grosser E-Commerce-Konzerne, die auch oder ausschliesslich Mode verkaufen, sind in den letzten zehn Jahren rasant gewachsen. Viele verzeichnen jährliche Zuwächse im hohen zweistelligen Bereich, während der stationäre Modehandel eher stagniert oder zurückgeht.



**Quellen der drei Grafiken:**

- 1) GfBK Switzerland
  - 2) Bundesamt für Statistik, Statistik der Unternehmensstruktur
  - 3) Firmenangaben (Geschäftsberichte und Präsentation), ergänzt durch Daten und Schätzungen von macrotrends.com, statista.com, reuters.com, wsj.com, yahoo.com und LastPost.
- Währungsumrechnung anhand der Jahresmittelkurse nach OECD Data.

Besonders mächtig sind Plattformen schliesslich dann, wenn Konsument\*innen ihre Suchen direkt bei ihnen beginnen, sie also für bestimmte Warengruppen zur Hauptsuchmaschine werden. Amazon hat diesen Status bei vielen Konsument\*innen bereits erreicht: Gemäss einer Umfrage des US-Marktforschungsinstituts CivicScience aus dem Jahr 2019 beginnen 49 % der Befragten ihre Produktsuchen direkt bei Amazon, Google folgt erst mit einigem Abstand (22 %). Noch stärker ist die Bindung von Kund\*innen, die sich für das Abomodell Amazon Prime entschieden haben: Hier beginnen mindestens 65 % ihre Suchen bei Amazon.

Diesen strategischen Vorteil hat auch Zalando im Blick: Die zentrale Vision des Unternehmens ist es, der «Starting Point for Fashion» zu werden, der Konsument\*innen «für all ihre Modebedürfnisse» anzieht. Zalando verspricht seinen Investor\*innen denn auch, dass Wachstum «erste Priorität» habe, mit plus 20 bis 25 % pro Jahr strebt das Unternehmen 30 Milliarden Euro Umsatz bis 2025 und einen Marktanteil von 10 % in Europa an. Im sonst eher wenig konzentrierten Modesegment wäre dies eine ganz neue Grössenordnung von Marktbeherrschung. Der «wichtigste Baustein» auf dem Weg dorthin ist für Zalando die noch stärkere Transition von einem Händler hin zu einem Plattform-Businessmodell mit Marktplatz.

Die Plattformen geben sich gerne grosszügig und betonen bei jeder Gelegenheit, wie partnerschaftlich sie gerade auch mit kleineren Modelabels zusammenarbeiten möchten. Doch der freundliche Ton kann das Machtspiel nicht verdecken, das hier gespielt wird. Viele Markenfirmen investieren massiv in eigene Webshops, Apps und digitales Marketing, um ihre Abhängigkeit von den Plattformen zu reduzieren. Vor allem wenn es um das Halten von Bestandskund\*innen geht, die bereits mit der Marke und ihren Produkten vertraut sind, dürfte dies in einem bestimmten Umfang auch gelingen. Wenn es aber um die Gewinnung neuer und das Halten weniger «markentreuer» Konsument\*innen geht, wird es zunehmend schwerer, an den grossen Plattformen vorbeizukommen. Denn wie erreicht man in der Digitalwirtschaft Konsument\*innen, wenn diese sich fast nur noch bei Amazon, Zalando und Co. durch endlose Model-Bildchen klicken? Wohin die Reise gehen soll, hat Zalando in seiner Präsentation zur Jahrespressekonferenz 2021 in Form eines anonymen Zitats versteckt: «If I cannot find an item on Zalando it does not exist.»

Eine der wenigen erfolgreichen Ausnahmen vom Plattform-Trend stellt der Online-Modegigant Shein dar. Das chinesische Unternehmen verkauft bislang nur eigene Marken und erreicht weltweit dennoch grössere



12-Stunden-Tage beim chinesischen Onlinegiganten Shein: Endkontrolle von Kleidern vor dem Verpacken

## Suchfilter für nachhaltigere Produkte: Greenwashing oder willkommene Orientierung für Konsument\*innen?

Onlinemodehändler bestimmen, welche Produkte auf ihrer Plattform verkauft werden. Mit dieser Gatekeeper-Rolle geht eine Verantwortung einher, Produkten keinen Markt zu geben, wenn bei deren Herstellung Menschen oder die Umwelt geschädigt werden. Doch weil dies dem Streben nach einem grösseren Angebot und höherem Umsatz entgegensteht, gehen viele Onlinehändler einen anderen Weg: Sie markieren einfach einige Produkte in ihren Shops als vermeintlich nachhaltiger und überlassen es dann den Käufer\*innen, Produkte zu wählen, bei deren Herstellung zum Beispiel etwas mehr auf Klimaschutz geachtet wurde – oder eben nicht.

Neu ist diese Strategie nicht, Markenfirmen wie H&M und Zara bewerben schon seit Jahren vermeintlich bessere Produktlinien – Conscious Collection (H&M) oder Join Life (Zara) – als Inseln im Sumpf problematischer Fast Fashion. Häufig steckt dahinter trotzdem mehr Greenwashing als Nachhaltigkeit, wie wir 2019 mit unserer Reportage zu den schlechten Arbeitsbedingungen und niedrigen Löhnen bei der Herstellung eines Zara-Hoodies der Join-Life-Linie aufgedeckt haben (Public Eye Magazin Nr. 20).

### Solche Filtersysteme bergen grosse Greenwashing-Risiken:

1. Indem entsprechende Kategorien oder Filter im Marketing gerne nach vorne gestellt werden, wird der Eindruck erweckt, der ganze Shop sei irgendwie nachhaltiger, obwohl es für den Grossteil der Produkte keine höheren Anforderungen gibt.
2. Die Kriterien werden so niedrig angesetzt, dass ein grösserer Anteil des Sortiments nachhaltiger erscheint, obwohl die Produktion nicht oder kaum besser als der Industriedurchschnitt ist.
3. Indem unterschiedliche Nachhaltigkeitsaspekte (z.B. Arbeitsrechte und Klimaschutz) sowie schwache und ambitioniertere Labels und Zertifikate (etwa Bio- und konventionelle Better-Cotton-Baumwolle) in einer Kategorie vermischt werden, ist es für Konsument\*innen kaum mehr möglich, die Unterschiede zu erkennen.

### Wie setzen Onlinehändler die Suchfilter ein?

Unter den in der Schweiz verbreiteten Online-Modehändlern erfreuen sich Suchfilter grosser Beliebtheit. Teils weisen sie jedoch erhebliche Mängel bei der Transparenz und Nachvollziehbarkeit auf: Bei Asos und Shein war für uns bei einigen Produkten überhaupt nicht klar, warum sie unter den gefilterten Ergebnissen landeten. Aus der Produktbeschreibung ging dies nicht hervor, auch haben wir Erläuterungen oder Links zu mehr Hintergrund vergeblich gesucht. Bei Galaxus fanden wir zwar bei den meisten, aber nicht bei allen Produkten eine

Begründung für die Kategorisierung, doch zahlreiche verschiedene Nachhaltigkeitsaspekte landen hier zusammen in einer Schublade. Ebenso bei Amazon, wo verschiedenste Zertifizierungssysteme mit ganz unterschiedlichen Zielen in der Kategorie «climate friendly pledge» (klimafreundliches Versprechen) zusammengefasst werden.

Bei La Redoute landet ein Grossteil der Produkte nur aufgrund der vergleichsweise schwachen Zertifizierung 100 by Oeko-Tex (für Schadstofffreiheit) in der Nachhaltigkeitskategorie, bei anderen Kriterien wie «Made in Europe» fehlen weitergehende Informationen, warum dies, abgesehen von kürzeren Wegen, nachhaltiger sein sollte. Auch bei About You, Bonprix und Zalando müssen Produkte teils nur sehr niedrige Hürden überwinden, um unter den gefilterten Ergebnissen zu landen; doch wenigstens wird hier jeweils klar, auf welcher Grundlage dies geschieht. Und weitere, teils ausführliche Informationen sind verlinkt, sodass wenigstens die Möglichkeit besteht, die Gründe der Auswahl nachzuvollziehen.

Nur wenige Firmen beziehen neben ökologischen auch soziale Nachhaltigkeitsaspekte in ihre Filter ein. Fündig wurden wir nur bei About You, Galaxus und Zalando. Die Zahlung existenzsichernder Löhne ist allerdings auch hier nirgends eine Voraussetzung. Doch wenn eine Kategorie «Nachhaltige Produktion» (Galaxus) verspricht oder dass das «Wohl der Arbeiter\*innen» (Zalando) im Vordergrund steht, dann müssen Armutslöhne ausgeschlossen sein.



Nicht nachhaltig: Hoodies der Join-Life-Linie von Zara

Wachstumsraten als viele Plattform-Akteure. Die Zutaten dieses Erfolges sind nicht nur eine absolute Billigstrategie und sehr schnelle Produktionsabläufe, die zulasten der Arbeiter\*innen in der Produktion gehen (siehe Public Eye Magazin Nr. 32 vom November 21: «Schuften für Shein»). Shein ist es auch gelungen, das Online-Marketing auf ein neues Level zu heben: Das Unternehmen inszeniert eine globale Community, für die die Shein-App nicht nur ein Onlineshop, sondern ein eigenes soziales Netzwerk rund um die Themen Mode, Beauty und Musik darstellt. Die (überwiegend weibliche) Zielgruppe verbringt darin viel Zeit, sie kauft ein, kommentiert, stellt eigene Fotos und Videos ein, schaut sich gestreamte Live-Events an und liefert dabei permanent jene Daten, mit denen der Konzern seine Marketingstrategien immer weiter verfeinert.

Beim Marketing setzt Shein gemäss einer Studie der britischen Web-Agentur Rouge Media wie kein anderes Unternehmen «Dark Patterns» ein – manipulative Werbestrategien, die z. B. Gruppendruck erzeugen, Dringlichkeit inszenieren und das soziale Netzwerk von Konsument\*innen miteinbeziehen. Die Strategie ist so erfolgreich, dass andere Plattformen versuchen, sie zu kopieren. Der Kampf um Marktanteile im Modegeschäft entwickelt sich damit auch zu einem Kampf um die grösstmögliche Bildschirmzeit bei den Zielgruppen.

Durch den Einbezug der Sozialen Medien wird Online-shopping zu Social Commerce, und das ist weit mehr als der individuelle Einkauf auf einer Webseite oder App nach langem Scrollen durch Bildergalerien und Produktbeschreibungen. Branchenanalysten sehen darin die Zukunft des digitalen Einkaufs, und zum Beleg ihrer These verweisen sie einmal mehr auf China: 2021 sollen dort gemäss der Wirtschaftsberatung Accenture bereits mehr als 400 Milliarden Dollar Umsatz auf Social-Media-Plattformen erzielt worden sein.

### Soziale Medien sind in China Shoppingkanäle

Und tatsächlich offenbart ein Blick auf die dortigen Plattformen eine Social-Media-Welt, die völlig mit der Shopping-Welt verschmolzen ist. Ob Taobao Live (ein Social-Commerce-Netzwerk von Alibaba mit unzähligen Live-Verkaufsshows), Xiaohongshu (eine Art chinesisches Instagram), Pinduoduo (ein Netzwerk für rabattierte Gruppeneinkäufe) oder Douyin (das chinesische Original der Kurzvideo-Plattform Tiktok): Kauf und Zahlung sind nahtlos in alle Apps integriert und in den Timelines der Nutzer\*innen werben nicht nur Unternehmen und professionelle Influencer\*innen, sondern auch unzählige Privatpersonen, für die die geringfügigen Verkaufsprovisionen Anreiz genug bieten, Freunde und Bekannte mit einer privaten Werbekampagne zu behelligen.

Auch ausserhalb Chinas versuchen Facebook, Instagram, Tiktok & Co. ihre In-App-Verkäufe auszubauen, und Onlinehändler wie About You oder Amazon testen Live-Verkaufsshow-Formate. Accenture sagt voraus, dass der Social-Commerce-Markt dreimal schneller wächst als der generelle Onlinehandel und bis 2025 ein globales Umsatzvolumen von 1,2 Billionen US-Dollar erreichen könnte, wobei Mode mit 18 % die wichtigste Produktkategorie darstellen dürfte.

Dass Online-Modehändler und insbesondere die grossen Plattformen an Marktmacht und Einfluss gewinnen, könnte auch eine Chance sein. Schliesslich sind auch die bisherigen Platzhirsche in der Modeindustrie nicht gerade für faire und nachhaltige Waren und Produktionsbedingungen bekannt, und die Machtkonzentration gibt Online-Handelsplattformen als neue «Gatekeeper» zumindest in der Theorie die Möglichkeit, Mindeststandards durchzusetzen. Sie könnten also dafür sorgen, dass über ihre Kanäle nur Produkte verkauft werden, die bestimmte soziale und ökologische Nachhaltigkeitskriterien und Mindestanforderungen an Transparenz erfüllen. Auch könnten sie ihren Einfluss als Logistik-Grossunternehmen und Grosskunden bei externen Dienstleistern (z. B.



© Xu Peilin/Keystone/Chinaimages

← Verkaufsförderung via Social Media: Ein Model des chinesischen E-Commerce-Riesen Alibaba setzt sich vor der Kamera in Szene.

## Firmencheck: Wie transparent und verantwortungsvoll sind Online-Modehändler?

Grosse Onlinehändler und Handelsplattformen wachsen rasant. Sie haben sich binnen nur eines Jahrzehnts zu dominierenden Akteuren im globalen oder zumindest europäischen Modemarkt entwickelt. Wie transparent und verantwortungsvoll sind die neuen Taktgeber im Modehandel?

Public Eye hat zehn der in der Schweiz bekanntesten Onlinehändler genau unter die Lupe genommen: About You, Alibaba, Amazon, Asos, Bonprix, Galaxus, La Redoute, Shein, Wish und Zalando. Der Fokus unserer Untersuchung lag auf vier Themenbereichen, die für zentrale Problemfelder in der Modeindustrie stehen:

- Sind die Lieferketten transparent oder wird die Herkunft geheim gehalten?
- Sorgen die Onlinehändler für existenzsichernde Löhne in den Lieferketten oder dulden sie Armutslöhne?
- Wie transparent ist die Logistik der Firmen, und sind die Arbeitsverhältnisse sicher oder prekär?
- Und was passiert mit Retouren? Werden diese vernichtet oder sorgen die Firmen dafür, dass die Kleider weiterverwendet werden?

Die Machtkonzentration gibt Online-Handelsplattformen als «Gatekeeper» die Möglichkeit, soziale und ökologische Mindeststandards durchzusetzen. Doch die Ergebnisse unseres Firmenchecks zeigen, dass dies in der Praxis kaum stattfindet. Denn die Resultate sind ziemlich enttäuschend, wie die Illustration unten zeigt.



Lesen sie den vollständigen Firmencheck und die Ergebnisse zu den zehn Firmen online:  
[publiceye.ch/firmenvergleich](https://publiceye.ch/firmenvergleich)



in der Paketzustellung oder in Callcentern) nutzen, um gute Arbeitsbedingungen für die Beschäftigten in diesen Bereichen zu etablieren. In der Praxis findet dies jedoch kaum statt. Bei den meisten Unternehmen, die wir im Rahmen dieser Recherche untersucht haben, haben wir ausser ein paar unverbindlichen Worten nichts gefunden, was auf eine verantwortungsvolle Wahrnehmung ihrer «Gatekeeper»-Rolle hindeutet. Statt ambitionierte Nachhaltigkeitsanforderungen für das gesamte Sortiment zu etablieren, ziehen es viele Plattformen vor, einfach nur einen Teil des Angebots als vermeintlich nachhaltigeres Segment zu vermarkten (siehe Box Seite 11: Suchfilter für nachhaltigere Produkte).

Hier zeigt sich klar, wie die Prioritäten bei vielen grossen Online-Modehändlern verteilt sind: Umsatz- und Kundenwachstum sowie die Ausweitung und permanente Erneuerung des Sortiments kommen vor der Nachhaltigkeit von Produkten, Herstellungsbedingungen und Geschäftsmodellen. Die grossen Onlinehändler favorisieren breit gefächerte Produktlinien, kurze Produktzyklen und niedrige Preissegmente, das Outsourcing von Produktion und Dienstleistungen, eine grosse Zahl an Zulieferern sowie kurzfristige und rasch wechselnde Geschäftsbeziehungen. Doch genau diese Praktiken zählen in den Geschäftsmodellen der globalen Modeindus-

trie zu den grössten Risikofaktoren für Menschen- und Arbeitsrechtsverletzungen, Armutslöhne und Überstunden sowie Material- und Ressourcenverschwendung. Wer diese Praktiken fördert und kaum etwas unternimmt, um Menschen und Umwelt zu schützen, handelt nicht nur unethisch, sondern foutiert sich um die in den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte verbriefte Unternehmensverantwortung zur Achtung von Menschenrechten und um die Leitsätze für verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD). Diese Leitsätze sind nicht rechtsverbindlich, doch sie stellen international vereinbarte Standards dar und die Schweiz und andere führende Wirtschaftsationen haben sich verpflichtet, Unternehmen zu deren Einhaltung anzuhalten. Doch ganz offensichtlich ist das freiwillige «Anhalten» nicht ausreichend.

### Höchste Zeit für klare gesetzliche Leitplanken

Wenn die mächtigen und am stärksten wachsenden Unternehmen in einer Branche mehrheitlich meinen, sie könnten ihre soziale und ökologische Unternehmensverantwortung auf die leichte Schulter nehmen oder gleich gänzlich ignorieren, dann darf die Politik nicht länger auf Freiwilligkeit setzen. Es braucht verbindliche Mindestanforderungen und Regeln für alle Unternehmen, damit schädliche Praktiken und Geschäftsmodelle keine Wettbewerbsvorteile darstellen.

Gute Politik schaut einem Branchenumbruch im Modehandel nicht passiv zu und kehrt anschliessend die Scherben zusammen, sondern gestaltet den Strukturwandel aktiv mit: Es ist höchste Zeit, für klare gesetzliche Leitplanken zu sorgen, in der Schweiz und andernorts, damit der technologische Fortschritt der Digitalisierung in der Modeindustrie nicht zu einer Machtkonzentration bei wenigen Grosskonzernen, sondern zu Fortschritten für das Gemeinwohl sowie zu guter Arbeit und ökologisch nachhaltigerem Konsum führt.

Unsere Forderungen werden von einer ganzen Reihe von Organisationen unterstützt: Brücke zum Süden, Fashion Revolution Switzerland, Fédération Romande des consommateurs, Stiftung für Konsumentenschutz, Magasins du monde, Solidar Suisse, Solifonds, Unia, Walk-in closet Schweiz. ■



Kaum kontrolliert: Nacharbeit für den Ultra-Fast-Fashion-Anbieter Shein in China

© Pamos



Lesen Sie den vollständigen Fachbericht mit allen Quellenangaben online: [publiceye.ch/ecommerce](https://publiceye.ch/ecommerce)



## Wir wollen Kleider, die nichts zu verbergen haben

Der Onlinehandel heizt den Modekonsum weiter an. Doch niemand weiss, wo die Produkte hergestellt werden, ob die Arbeitsbedingungen in Produktion und Logistik fair sind und wie viele Retouren im Abfall landen.

Wir wollen Mode, die nichts zu verbergen hat. Mode ohne Ausbeutung. Mode, die nicht im Müll landet. Onlinehändler liefern das nicht freiwillig.

**Deshalb bestellen wir beim Parlament ein Gesetespaket für Verantwortung und Transparenz!**

### Drei konkrete Forderungen

Damit sich etwas ändert, braucht es klare Regeln und Gesetze, die für alle Onlinehändler gelten:

- **Eine Pflicht zur Einhaltung von Menschenrechten inklusive der Bezahlung existenzsichernder Löhne sowie Transparenz, damit Ausbeutung verhindert wird und klar ist, in welchen Fabriken Kleidung oder Schuhe hergestellt werden.**
- **Ein Vernichtungsverbot für neuwertige Produkte, damit unverkaufte Retouren und Restbestände nicht im Müll landen.**
- **Besseren Rechtsschutz und Kontrollen in der Logistik, damit Arbeitsrechte eingehalten werden und Jobs nicht prekär sind.**

**Machen Sie mit bei unserem Appell: Verlangen Sie mehr Verantwortung und Transparenz im Online-Modehandel.**

Danke, wenn Sie die Antwortkarte auf der Rückseite des Magazins ausfüllen oder gleich online unterschreiben:  
[publiceye.ch/unboxfairfashion](https://publiceye.ch/unboxfairfashion)





Schon 2009 pflegten die russischen Oligarchen die Verbindungen zum Kreml: Andrei Bokarev (vierter von links) an einem Treffen der wichtigsten Unternehmer des Landes mit dem damaligen Präsidenten Dmitri Medwedew (nicht im Bild).

© Dmitry Astakhov/Keystone/Sputnik

## Public Eye präsentiert Kreml-Milliardäre und ihre «Swiss Connections» als Online-Galerie und Karten-Quartett

Der Schweizer Finanz- und Rohstoffhandelsplatz unterhält schon lange enge Verbindungen zu russischen Superreichen, die mit dem Kreml verhandelt und teils direkte Vertraute von Wladimir Putin sind. Public Eye hat 32 dieser Oligarchen mit einem Gesamtvermögen von mindestens 293 Milliarden Franken und ihren häufig undurchsichtigen Schweizer Geschäften unter die Lupe genommen.

ROBERT BACHMANN UND AGATHE DUPARC

Andrei Bokarev liebt das Skifahren. Der heute 55-Jährige war lange Präsident des russischen Skiverbands und auch Mitglied der Fédération Internationale de Ski FIS. Aktuell steht er dem russischen Freestyle-Skiverband vor. Aber ursprünglich hat er sich mehr für das schwarze Gold, die Kohle, interessiert als für weissen Pulverschnee. Während der wilden Privatisierungen der 1990er-Jahre in Russland hat er zusammen mit seinem Geschäftspartner Iskander Machmudow grosse Anteile am Kohleproduzenten Kuzbassrazrezugol erworben. Die etwas komplizierte russische Abkürzung steht für «Kohletagbau im Kuzbass». Im Kusnezker Becken, dem Kuzbass, in der sibirischen Region Kemerowo wurden bereits im

18. Jahrhundert die ersten Vorkommen entdeckt, heute vermutet man dort eine der weltweit grössten Kohlereerven. Zu Sowjetzeiten war nur im Donbass, im Osten der heutigen Ukraine, die Kohleproduktion grösser.

Wie kamen Bokarev und Machmudow dazu, gemeinsam Kohleminen in Sibirien zu kaufen? Welche Beziehungen pflegen sie zum Kreml und in die Schweiz? Die Antworten auf diese Fragen sind exemplarische Geschichten für die meisten der 32 Oligarchen, die Public Eye unter die Lupe genommen und in einer Onlinegalerie sowie auf Quartett-Karten porträtiert hat.

Der Moskauer Bokarev stieg 1997 nach einer Finanzausbildung ins äusserst profitträchtige Export-

business ein: Wer über die richtigen Beziehungen verfügte, konnte beim Übergang von der sowjetischen Plan- zur Marktwirtschaft Rohstoffe zu Inlandpreisen kaufen und zu deutlich höheren Preisen auf dem Weltmarkt verkaufen. Medienberichten zufolge soll Bokarev zu der Zeit auch die Geschäftsinteressen einer kriminellen Organisation aus Moskau vertreten haben, der Orechowo-Gang. 1995 starb ihr Anführer, alias «Sylvester», bei der Explosion eines Mercedes, der Bokarev gehörte. Drei Jahre später wurde Bokarev bei Kuzbassrazrezugol zuständig für das Exportgeschäft.

### Kapital dank dubiosen Kontakten

Iskander Machmudow, geboren 1963 im usbekischen Buchara, startete als Übersetzer im sowjetischen Ministerium für Aussenwirtschaft. Anfang der 1990er macht er Bekanntschaft mit den Gebrüdern Tschernoi, die damals mit ihrer Holdinggesellschaft Trans World Group die metallurgischen Betriebe des Landes kontrollierten und denen Verbindungen zu kriminellen Organisationen nachgesagt werden: 1999 verlief eine Untersuchung der Genfer Staatsanwaltschaft gegen einen der Brüder, Lev, und die in Genf registrierte Trans World Metals im Sand. Im Rahmen von Ermittlungen der spanischen Justiz wurde Machmudow zudem verdächtigt, enge Verbindungen zum Mafia-Clan Izmailovo in Moskau zu haben, und wegen der Gründung einer kriminellen Organisation, Geldwäscherei und Diebstahl öffentlicher Gelder angeklagt. Das Verfahren, das Madrid an Moskau übergeben hatte, wurde jedoch nie abgeschlossen. Die oben genannten Brüder Tschernoi verschafften Iskander Machmudow schliesslich Zugang zum nötigen Kapital, um 1998 die Uralskaja Gorno-Metallurgitscheskaja Kompanija, kurz UGMK, zu gründen – ein Bergbau- und Metallurgieriese, zu dem auch Kuzbassrazrezugol gehört.

Bokarev avancierte zum Juniorpartner von Machmudow, seither haben die beiden ihre Geschäftsinteressen gemeinsam ausgeweitet. 2002 gründeten sie die Transmashholding, heute der grösste Eisenbahndienstleister Russlands.

Als Sotschi den Zuschlag für die olympischen Winterspiele 2014 erhielt, brachte dies auch den Wintersportliebhaber Bokarev auf den Plan. Er unterstützte wie viele andere Oligarchen das Megaprojekt am Schwarzen Meer, indem er mit seinem Unternehmen UGMK den Bau des olympischen Eisstadions sponserte.

An diesem Beispiel lässt sich die Kooperation der russischen Regierung mit den kremlnahen Oligarchen gut aufzeigen: Letztere unterstützen mit ihren Unternehmen die politischen Projekte des Kremls, wie eben die olympischen Spiele 2014. Dabei stellen die Firmen die Finanzen und kümmern sich um die Organisation: UGMK hat den Bau des Eisstadions koordiniert und finanziert sowie den Umzug in eine andere Stadt nach



«König der Staatsaufträge»: Iskander Machmudow

© Dmitry Dukhanin/Kommersant/AFP via Getty Images

den Spielen versprochen, da Sotschi dieses im Alltag nicht brauchen konnte. (Heute steht das Stadion allerdings immer noch am selben Ort.) Im Gegenzug schützt der russische Staat Unternehmen wie UGMK, behandelt sie bevorzugt und erlaubt ihnen, die geltenden Gesetze zu umgehen, insbesondere was den Umweltschutz und Sozialstandards betrifft.

Diese Nähe zwischen Wirtschaft und Staat existiert in vielen Ländern, die Spezialität des russischen Modells ist aber die extreme Bedeutung der persönlichen Beziehungen zwischen den Oligarchen und den Machthabern im Kreml rund um Präsident Putin. Der Begriff Oligarchie bedeutet im ursprünglichen Sinne die Herrschaft der Wenigen und bei Platon die gesetzlose Herrschaft der Reichen. Im Falle des modernen Russlands meint er die Verflechtung von Politik und Wirtschaft in einem System, in dem politische Entscheidungsprozesse intransparent sind und mit Autokratie und Schattenwirtschaft einhergehen.

Was hat Andrei Bokarev für die Unterstützung des Wintertraums von Präsident Putin erhalten? Die Antwort sind einerseits Staatsaufträge: Niemand hat in den letzten Jahren so viele Aufträge von staatlichen Stellen erhalten wie der Eisenbahnproduzent und -dienstleister Transmashholding, der Bokarev und Machmudow gehört. Die beiden Oligarchen sind deshalb auch als «Könige der Staatsaufträge» bekannt. Die russische Staatseisenbahn und die Moskauer Metro sind dabei



Wladimir Putin bespricht sich im Jahr 2014 in seiner Residenz Novo-Ogaryovo mit dem Oligarchen Andrei Bokarev.

die grössten Auftraggeber, Transmashholding hat ein Quasimonopol als Dienstleister im russischen Eisenbahnsektor.

Und andererseits konnte Bokarev im Zuge seiner Unterstützung der Spiele in Sotschi auch seine Beziehungen mit den Mächtigen rund um den Kreml stärken: 2013 kaufte er Anteile an Transoil, das grösste Unternehmen Russlands für den Transport von Öl auf der Schiene – durch die Bedeutung des Ölexports und der dafür notwendigen Logistik ein für den Kreml strategisch relevantes Unternehmen. Zwei Jahre später kaufte Bokarev auch noch drei Viertel des Ölterminals von Ust-Luga an der Ostsee. Das Terminal, das grösste in Europa, dient dem Weitertransport von Öl aus Russland in die ganze Welt und gehört heute zur Hälfte Bokarev und zu je einem Viertel dem Schweizer Trader Gunvor sowie der staatlichen russischen Transneft. Gemeinsamer Nenner von Transoil und Gunvor ist Gennadi Timtschenko – zweifellos der Oligarch, der Putin am nächsten steht. Der spätere Ölhändler (er gründete 1997 Gunvor in Genf) hatte bereits in den 1990er-Jahren in Sankt Petersburg mit dem späteren Präsidenten zusammengearbeitet. Diese Verbindung muss für Bokarev als Vertrauensbeweis des Kremls gesehen werden: Nun konnte er am Ölreichtum des Landes mitverdienen.

Aber auch für den Kreml ist die Beziehung zu Bokarev nützlich: International ist der Oligarch zu dem Zeitpunkt nicht aufgefallen und stand somit 2014 nach

der russischen Annexion der Krim noch auf keiner Sanktionsliste. Wohl deshalb kaufte er zu diesem Zeitpunkt 49% der Aktien des berühmten Waffenproduzenten Kalaschnikow, nur um sie kurze Zeit später an neue Besitzer weiterzureichen. Diese kleine Rochade half der ursprünglichen Besitzerin von Kalaschnikow, der staatlichen Rüstungsholding Rostec, die Sanktionen zu umgehen, unter welche sie 2014 von der EU und den USA gestellt wurde.

### Spuren in die Schweiz

Die Schweiz spielte bereits früh in Bokarevs Laufbahn eine Rolle: 1998 gründete er in Appenzell Innerrhoden die Krutrade AG, eine Handelsgesellschaft für den sibirischen Kohleproduzenten Kuzbassrazrezugol und liess sich als Geschäftsführer ins Handelsregister eintragen. Das Unternehmen befindet sich seit 2005 in Liquidation, existiert aber in Österreich weiter und war schon 2010 Russlands zweitgrösster Kohleexporteur. Kurz danach wurde die Krutrade in eine zypriotische Sitzgesellschaft unter Kontrolle von Bokarev und Machmudow integriert. Bei der Krutrade ging wohl nicht alles mit rechten Dingen zu, denn Analyst\*innen hielten damals fest, dass das Unternehmen systematisch für sogenanntes «transfer pricing» genutzt wurde, d. h. die produzierte Kohle wurde innerhalb von Konzerngesellschaften von Russland in die Schweiz verkauft, um so die Steuerlast zu reduzieren.

Auch Eisenbahndienstleister Transmashholding hat Verbindungen in die Schweiz: Die Tochterfirma TMH International AG wurde 2018 in Zug mit dem Ziel gegründet, weltweit Schienenfahrzeuge aller Art zu warten. Konkrete Aufträge konnten bislang in verschiedenen Ländern gewonnen werden, darunter auch in Deutschland: 2021 sorgte der Entscheid der privaten Betreiberin von Bahnverbindungen im Allgäu, Go-Ahead, die Zugkompositionen von Stadler und Siemens von TMH International warten zu lassen, für Aufsehen. Wie es um die globalen Ambitionen von TMH International AG steht, ist derzeit wohl unklar: Obwohl weder das Unternehmen noch dessen Besitzer sanktioniert sind, hat die französische Alstom, welche seit 2010 einen substanziellen Minderheitsanteil an TMH hält, bereits entschieden, als Folge des Kriegs in der Ukraine sämtliche Lieferungen nach Russland zu suspendieren.

Bokarev und Machmudow waren auch involviert in Strafuntersuchungen von Behörden in Deutschland und Spanien, wegen Geldwäscherei unter anderem über Tochtergesellschaften von UGMK. Diese Untersuchungen blieben ohne Ergebnis, Spuren führten aber wiederum in die Schweiz: Laut dem russischen Umweltaktivisten Konstantin Rubachin, dessen Unterlagen Public Eye vorliegen, nutzten Bokarev und Machmudow Firmen in Thun (Alpin Group AG), Zürich (Umcor AG) und Biel (GGP Metall AG), um die Gewinne der russischen UGMK ausser Landes zu bringen.

### **Beteiligungen über komplexe Offshore-Strukturen**

Unsere Recherche hat auch gezeigt, dass Bokarev die Aktienanteile an seinen Unternehmen – wie die meisten Oligarchen – über komplexe Offshore-Strukturen hält. In seinem Fall sind es gemäss der russischen Zeitung «Kommersant» Briefkastenfirmen auf den Britischen Jungferninseln, in Zypern sowie eine in Liechtenstein: Folkstown Business Inc. Bokarev ist bisher weder in der EU noch in der Schweiz sanktioniert, jedoch in Grossbritannien, und hat sich infolgedessen als Besitzer von UGMK und Präsident der Transmashholding zurückgezogen. An wen er die Aktienanteile von UGMK überschrieben hat, ist allerdings unklar.

Die Geschichte von Andrei Bokarev und Iskander Machmudow ist nur eine von vielen, die Public Eye in der Oligarchen-Galerie aufgezeigt hat. Sie ist aber exemplarisch für diese exklusive Klasse der Superreichen aus Russland: Fast alle haben den Grundstein ihrer Milliarden während der Privatisierungen sowjetischer Betriebe in den 1990er-Jahren gelegt – zum Nachteil der überwältigenden Mehrheit der russischen Bevölkerung. Mit der Machtübernahme von Wladimir Putin zeigten sie sich gefügig und unterstützen seither die Politik des Kremls mit Geld und Verbindungen. Der russische Rohstoffreichtum ist der Grundstein vieler Vermögen, die daraus

entstandenen globalen Konzerne haben ihren Sitz oder ihre Handelsgesellschaft meistens in der Schweiz. Jetzt, nach der russischen Invasion in der Ukraine, haben sich die Oligarchen als wirtschaftlich Berechtigte ihrer Schweizer Firmen «zurückgezogen» – die neuen Besitzverhältnisse liegen jedoch im Dunkeln.

---

### **Fast alle Oligarchen haben den Grundstein ihrer Milliarden während der Privatisierungen sowjetischer Betriebe in den 1990er-Jahren gelegt.**

---

Es zeigen sich aber auch viele altbekannte «Stärken» der Schweizer Offshore-Industrie: Zug, Genf und Lugano sind die Hubs der Rohstoffindustrie und vieler Briefkastenfirmen der Oligarchen, die ihre Beteiligung an Geschäften über ein komplexes Netz von Firmen verschleiern. Schweizer Treuhänder\*innen und Anwalt\*innen helfen dieses Netz aufzubauen und zu unterhalten, der Bankenplatz liefert die zugehörigen Finanzdienstleistungen. Und aufgrund der mangelnden Transparenz und von Gesetzeslücken gestaltet sich die Durchsetzung der Sanktionen wohl ebenso schwierig wie die Nachforschungen von Public Eye.

Die Sanktionen gegen die Oligarchen im Zuge des russischen Angriffskriegs in der Ukraine haben gezeigt, dass die russische Elite die Schweiz gezielt zu nutzen scheint, um Vermögenswerte zu verschleiern. Und dass sie dieses Geld oft auf unlautere, wenn nicht teils gar auf illegale Art verdient hat, meist dank dem russischen Rohstoffreichtum. Diese Gelder, die in den letzten Jahrzehnten in die Schweiz und andere Länder in Sicherheit gebracht wurden, fehlen nun in Russland. Zum Nachteil der Menschen dort, die mit einer schlechten Gesundheitsversorgung oder dürftigen Infrastruktur leben müssen – gerade in Gegenden wie der Region Kemerowo, in der das Unternehmen Kuzbassrazrezugol sein schwarzes Gold abbaut.

### **Sanktionen sind konsequent umzusetzen**

Angesichts des andauernden und grausamen Kriegs in der Ukraine gilt es, die beschlossenen Sanktionen auch wirklich konsequent umzusetzen. Dafür müssten Bund und Kantone, gestützt auf das Embargogesetz, mit den entsprechenden Ressourcen und Spezialist\*innen aktiv auf die Suche nach Vermögenswerten von sanktionierten Personen gehen. Dabei soll klar geregelt werden, dass das Embargogesetz auch für die besonders geschützten Beziehungen zwischen Anwalt\*innen und ihren Klient\*innen Anwendung findet. Denn es sind wohl oft Anwalt\*innen, welche die Verschleierungsnetzwerke

einrichten und somit als einzige Kenntnis von den wahren Besitzern von Briefkastenfirmen und Konten haben. Diese Netzwerke sind global und erstrecken sich meist über mehrere Offshore-Jurisdiktionen – von der Schweiz über Zypern bis zu den Britischen Jungferninseln im Falle von Bokarev. Deshalb müssen die Schweizer Behörden vollumfänglich mit den entsprechenden globalen Task Forces zusammenarbeiten, wie zum Beispiel mit der Mitte März eingerichteten «Russian Elites, Proxies and Oligarchs Task Force» der EU und der G7-Staaten. Und natürlich müssen Sanktionen auf den Import und Handel mit russischem Öl und Gas ausgeweitet und konsequent umgesetzt werden – denn hier hat die Schweiz den grössten Hebel, um die Finanzierung der russischen Kriegsmaschinerie zu stoppen.

Mittelfristig sind zudem die Gesetzeslücken zu stopfen, die die Präsenz von Geldwäscherei- und Sanktionsumgehungsstrukturen in der Schweiz überhaupt erst ermöglicht haben. Denn unsere Recherche hat gezeigt, dass für beide Tatbestände dieselben Netzwerke benutzt werden. Dafür braucht es ein öffentliches Register der «wirtschaftlich Berechtigten» (also der wahren Eigentümer) von Unternehmen. Die Schweiz hinkt hier

hinterher: Die EU verpflichtet ihre Mitgliedsstaaten seit 2018 zur Einführung eines solchen Registers und auch die Financial Action Task Force (FATF) hat im März 2022 ihre entsprechende Empfehlung 24 revidiert. Schliesslich braucht es die Ausweitung der Sorgfaltspflichten im Geldwäschereigesetz auf die Beratungstätigkeiten bei der Gründung und Verwaltung von Briefkastenfirmen – und zwar auch für Anwäl\*innen.

### Die Oligarchen-Galerie

Der grösste Teil der porträtierten Oligarchen steht auf internationalen Sanktionslisten und findet sich in den Top 40 der Liste der reichsten Russen gemäss dem US-Wirtschaftsmagazin «Forbes». Viele von ihnen sind weltweit bekannt – wie der Aluminiummagnat Oleg Deripaska –, andere wie der schwerreiche Parlamentarier Andry Skoch treten kaum in Erscheinung. Die Recherche von Public Eye basiert mehrheitlich auf öffentlich zugänglichen Quellen in der Schweiz und Russland, umfasst aber auch einige exklusive Enthüllungen und neue Erkenntnisse. Zudem hat Public Eye die Schweizer Handels- und Immobilienregister nach Spuren der Oligarchen durchforstet. ■

## Das grosse Schweizer Oligarchen-Quartett

**Wer hat die längste Jacht? Wer hat das grösste Vermögen angehäuft? Wer besitzt die meisten Villen in der Schweiz?**

Public Eye hat recherchiert, welche russischen Oligarchen in der Schweiz präsent sind und welches ihre Verbindungen zur Schweiz sind. 32 von ihnen finden Sie in einem Quartett zusammengestellt. Die ganze Recherche dazu finden Sie hier:

[www.oligarchen.ch](http://www.oligarchen.ch)



Weitere Infos zum Krieg in der Ukraine und den Forderungen von Public Eye:  
[www.publiceye.ch/ukraine](http://www.publiceye.ch/ukraine)





© Atul Loke / Panos Pictures

Ausbringen von gesundheitsgefährdenden Pestiziden ohne Schutzkleidung: Tagelöhner auf einem Feld im indischen Yavatmal

## Wer in der Schweiz Wiedergutmachung fordert, muss hohe Hürden überwinden

Gemäss den UNO-Leitlinien für Wirtschaft und Menschenrechte müssen die Staaten die Einhaltung der Menschenrechte sicherstellen und Wirtschaftsakteure die Menschenrechte achten. Bei Verletzungen der Menschenrechte haben Geschädigte ein Recht auf Wiedergutmachung, sei es vor Gericht oder über aussergerichtliche Verfahren. Was in der Theorie klar und einfach tönt, ist in der Praxis hochkomplex: Betroffene von Menschenrechtsverletzungen sehen sich mit einer Vielzahl an Zugangshürden konfrontiert – insbesondere in der Schweiz, wie ein Fall aus Indien zeigt.

ANINA DALBERT UND CHRISTA LUGINBÜHL

Im Herbst 2017 kam es im indischen Distrikt Yavatmal im Bundesstaat Maharashtra zu einer Vergiftungswelle, nachdem auf den dortigen Baumwollfeldern Pestizide ausgebracht worden waren. Gemäss offiziellen Quellen benötigten 886 Personen medizinische Hilfe im Spital, mehrere Personen verstarben. Unter den Vergiftungsopfern waren laut Polizeiberichten 96 Bauern, die angaben, sie hätten «Polo» benutzt, ein Insektizid des Schweizer Pestizidherstellers Syngenta. Der darin enthaltene Wirkstoff Diafenthiuron wurde in der Schweiz hergestellt und 2017 wurden insgesamt 75 Tonnen davon nach Indien exportiert. Public Eye hatte 2018 die betroffenen Bauernfamilien besucht und erstmals über

den Fall berichtet (siehe Public Eye Magazin Nr. 13 vom September 2018).

### **Syngenta stiehlt sich aus der Verantwortung**

Im September 2020 entschlossen sich 51 Familien von Vergiftungsopfern, die sich zwischenzeitlich mit anderen Betroffenen von Pestizidvergiftungen in der Maharashtra Association of Pesticide Poisoned Persons (Mapp) zusammengeschlossen hatten, beim schweizerischen Nationalen Kontaktpunkt (NKP) für die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen eine Beschwerde gegen Syngenta einzureichen. Der NKP «fördert die Beachtung der Leitsätze der Organisation für wirtschaftliche Zu-

sammenarbeit und Entwicklung und erörtert mit den beteiligten Parteien alle entsprechenden Fragen, um so zur Lösung von Problemen beizutragen».

Im darauf folgenden Mediationsverfahren hatten sich die Initiant\*innen zum Ziel gesetzt, dass Syngenta in Indien an Kleinbauern keine gefährlichen Pestizide mehr verkauft, wenn ihre Anwendung eine Schutzausrüstung voraussetzt bzw. wenn – wie beim Insektizid Polo – im Vergiftungsfall kein Gegenmittel zur Verfügung steht. Zudem sollte der Konzern die 51 Opferfamilien finanziell entschädigen und den angerichteten Schaden wiedergutmachen. Unterstützt wurden die Bauernfamilien vom Pesticide Action Network (Pan India), dem European Center for Constitutional and Human Rights (ECCHR) und Public Eye. Die amtlichen Dokumente aus Indien lieferten auch Hinweise auf zwei Todesfälle im Zusammenhang mit Polo. Die Schweizer Fachkanzlei Schaden-anwaelte hat deshalb parallel zur OECD-Beschwerde mit den Hinterbliebenen sowie mit einem Überlebenden der Vergiftungen in Basel eine auf der Produkthaftung basierende Schadenersatzklage eingereicht.

Im Juni 2022 wurde das OECD-Mediationsverfahren nach mehreren Verhandlungsrunden ergebnislos beendet. Syngenta hatte sich bis zum Schluss auf den Standpunkt gestellt, sie müssten erst das Ergebnis des Gerichtsverfahrens – das noch Jahre dauern könnte – abwarten und würden sich nicht zur Forderung für Wiedergutmachung für die 51 betroffenen Familien äussern.

Für die Betroffenen ist diese Ignoranz eine schallende Ohrfeige. Die Vergiftungsfälle haben nachhaltige Spuren hinterlassen. Die Bauern berichteten, dass sie nach dem Sprühen von Polo unter akuten Vergiftungssympto-

men litten. 44 der 51 zumeist hospitalisierten Vergiftungsopfer beklagten einen temporären Sehverlust, 16 Personen waren bis zu mehreren Tagen bewusstlos. Andere Symptome reichten von Übelkeit über Atemnot bis zu neurologischen und muskulären Beschwerden. Die Ehefrauen mussten sich um ihre kranken Ehemänner kümmern, den Alltag der Familie einschliesslich Kinderbetreuung organisieren und versuchen, eine bezahlte Arbeit zu finden, um die Einkommensverluste ihrer Ehemänner auszugleichen. In den ländlichen Gebieten des Distrikts Yavatmal erhalten Bäuerinnen nicht annähernd den gleichen Lohn wie Bauern, wodurch das sowieso schon niedrige Einkommen nochmals drastisch sank, was eine adäquate medizinische Versorgung noch schwieriger machte.

### Zahlreiche Hürden verunmöglichen Wiedergutmachung

Der Fall zeigt exemplarisch, wie schwierig es selbst bei aussergerichtlichen Verfahren für Betroffene von Menschenrechtsverletzungen ist, zu ihrem Recht auf Wiedergutmachung zu kommen. Bei Gerichtsverfahren ist die Hürde nochmals höher. Auch die UNO hat das Thema erkannt und deshalb eine Arbeitsgruppe ins Leben gerufen, die der Frage nach effektiver Wiedergutmachung nachgeht. Basierend auf den Beobachtungen und Erfahrungen im Fall Yavatmal und weiteren Fällen hat Public Eye dort eine Eingabe gemacht und aufgezeigt, welche Hürden zurzeit bestehen.

Vielfach gibt es praktische Probleme, die eine spätere Wiedergutmachung erschweren. Kommt jemand in einem ländlichen Gebiet zu Schaden, beispielsweise infolge einer Pestizidvergiftung, fehlt es oft an einem Transportmittel, um ins nächstgelegene Spital zu gelangen – oder dieses ist zu teuer. Dadurch erfolgt die medizinische Behandlung nicht rechtzeitig oder nicht adäquat, und Schadensfälle werden nicht ausreichend oder gar nicht dokumentiert. Familien der Betroffenen sind zudem meist mit hohen finanziellen Belastungen konfrontiert und müssen sich kurzfristig verschulden, um eine angemessene Versorgung zu erhalten. Doch in akuten Situationen, in denen die Zeit drängt, sind die notwendigen Kredite nicht immer schnell genug verfügbar.

Langzeitfolgen werden möglicherweise gar nicht dokumentiert, da den Familien die finanziellen Mittel für eine Nachsorge fehlen. Teilweise mangelt es dem Gesundheitspersonal auf dem Land auch an spezifischem medizinischem Wissen; manchmal sind Mitarbeitende des Gesundheitswesens aus Angst vor politischen Auswirkungen zudem nur begrenzt in der Lage, das gesamte Ausmass des Problems zu dokumentieren.



Nebst den praktischen gibt es aber auch strukturelle Hürden, die den Zugang zum Gerichtssystem erschweren: Es fehlt vielfach eine klare Rechtsgrundlage für die Behandlung von Fällen im Sitzstaat multinationaler Unternehmen. Oft ist es zudem sehr schwierig, relevante Dokumente zu finden, die vor Gericht als Beweismittel verwendet werden könnten. Schriftliche Unterlagen, beispielsweise Rechnungen für Einkäufe oder medizinische Behandlungen, sind oftmals gar nicht vorhanden, oder Betroffene haben keine geeignete Wohnsituation, um schriftliche Unterlagen lange aufzubewahren, oder sie sind Analphabet\*innen und verstehen nicht, welche Unterlagen sie haben und ob diese wichtig sind. Auch der Zeithorizont von mehreren Jahren stellt für viele Betroffene eine zu hohe Hürde dar, um überhaupt ein Gerichtsverfahren gegen einen Konzern anzustrengen.

Und selbst wenn ein Verfahren eröffnet wird und die Betroffenen unentgeltliche Rechtshilfe bekommen, gibt es weitere Hürden. So können viele die Reise in den Sitzstaat des multinationalen Unternehmens nicht bezahlen, falls eine solche notwendig wird. Oder die Reise bringt praktische Probleme mit sich, weil die Betroffenen keinen Reisepass haben und es bürokratische und finanzielle Hürden gibt, einen solchen zu beschaffen. Auch Aussagen von Hauptzeug\*innen gestalten sich mitunter als herausfordernd, beispielsweise wenn diese aufgrund von geschlechtsspezifischen Erwartungen, Kastensystemen oder Sprachbarrieren nicht in der Lage oder nicht gewillt sind, beim Gericht vorzusprechen.

#### **Um den Zugang zu erleichtern, braucht es gesetzliche Anpassungen**

Damit der Zugang zu Wiedergutmachung für Betroffene von Menschenrechtsverletzungen tatsächlich umgesetzt werden kann, braucht es in der Schweiz gesetzliche Anpassungen. Das Kostenrisiko für Rechtsfälle muss verringert und im Sinne von Maximalkosten transparent gemacht werden, und es braucht vor Ort zugängliche Anlaufstellen, an die sich Betroffene von Menschenrechtsverletzungen wenden können, um ihre allfälligen Rechtsansprüche und das Vorgehen bei Rechtsstreitigkeiten abzuklären. Hier könnten auch Schweizer Botschaften eine Rolle spielen; sie könnten erste Anlaufstelle sein bei Menschenrechtsverletzungen in direktem Zusammenhang mit einem in der Schweiz ansässigen Unternehmen.

Es braucht zudem die Vermittlung an Anwalt\*innen, die auf Menschenrechtsverletzungen im Zusammenhang mit der Geschäftstätigkeit von Unternehmen spezialisiert sind, sowie – nebst dem unentgeltlichen Rechtsbeistand – auch finanzielle Unterstützung für Kosten im Zusammenhang mit einer Klage, wie beispielsweise Reise- und Übersetzungskosten.

Dass bislang nur sehr wenige Menschenrechtsverletzungen je angeklagt wurden, hat auch damit zu

tun, dass Menschenrechtsverletzungen meist ganze Gruppen betreffen. Die Möglichkeit eines kollektiven Rechtsschutzes ist entsprechend zentral: Mehrere Geschädigte müssen in der Lage sein, gegen den gleichen Schädiger eine gemeinsame Klage einzureichen. Kollektive Rechtsinstrumente sollten demnach auch in der Umsetzung der Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte der UNO als Voraussetzung für die Erfüllung der Pflicht des Staates angesehen werden, um den Zugang zum Rechtssystem zu gewähren. In der Schweiz muss jedoch bislang grundsätzlich jede Person ihre Rechtsansprüche individuell einklagen. Geschädigte von sogenannten Massen- und Streuschäden verzichten deshalb oft darauf, aktiv zu werden, denn das individuelle finanzielle Risiko ist schlicht zu hoch.

#### **Vorschlag des Bundesrats beseitigt nicht alle Hürden**

Dieser eine Punkt soll sich nun ändern. Der Bundesrat hat im Dezember 2021 eine Botschaft zur geplanten Erweiterung der Verbandsklage und zur Einführung eines kollektiven Vergleichs veröffentlicht. Verbände und andere Organisationen sollen mit der Neuerung für mehrere Geschädigte neu auch auf Unterlassung und Beseitigung klagen und beispielsweise auch Schadenersatz verlangen können. Dies allerdings nur, wenn die Organisationen kumulativ folgende Bedingungen erfüllen: keine Gewinnorientierung, mindestens zwölfmonatiges Bestehen, statutarische oder satzungsmässige Befugnis zur Interessenwahrung, Unabhängigkeit von der beklagten Partei.

Mit dem Vorschlag orientiert sich die Schweiz an den Niederlanden, wo diese Möglichkeit bereits seit 2005 besteht. Auch soll es eine Annäherung an die Entwicklungen auf EU-Ebene geben, dort ist Ende 2020 die sogenannte Verbandsklagerichtlinie in Kraft getreten. Allerdings sieht die EU-Gesetzgebung, anders als die Vorlage in der Schweiz, auch eine Beweiserleichterung sowie eine Regelung der Gerichtskosten zugunsten der Klagenden vor. Weil dies in der geplanten Ausweitung der Verbandsklage in der Schweiz nicht vorgesehen ist, bleiben zwei der zentralen Hürden daher weiter bestehen. Gerade Fälle mit hohen Streitsummen wären selbst bei der Möglichkeit einer kollektiven Klage auch in Zukunft in der Schweiz kaum finanzierbar.

Das Parlament hatte bereits 2014 zugestimmt, dass der kollektive Rechtsschutz in der Schweiz ausgebaut werden muss. In den kommenden Wochen wird es sich jetzt mit der Vorlage zur Ausweitung der Verbandsklagen befassen. Angesichts des hohen und dringlichen Anpassungsbedarfs, um den Zugang zur Gerichtsbarkeit bei Menschenrechtsverletzungen durch Konzerne endlich zu verbessern, bleibt zu hoffen, dass das Parlament den überfälligen ersten Schritt in Richtung des kollektiven Rechtsschutzes nun endlich macht. ■

## Fiche von Public Eye: Rechtsgutachten kritisiert Kompetenzüberschreitungen des Geheimdiensts

Bis Anfang 2021 hat der Nachrichtendienst des Bundes zu Public Eye eine dicke Akte mit 431 Einträgen gesammelt. Wie eine juristische Beurteilung zeigt, hat er dabei systematisch die gesetzlichen Grundlagen missachtet und sowohl das Nachrichtendienstgesetz wie auch die Grundrechte von Public Eye verletzt.

OLIVER CLASSEN

Die Fiche von Public Eye (vormals Erklärung von Bern) zeigt Einträge über Aktivitäten der letzten gut 20 Jahre. Grund für diese Erfassung war offenbar die Klassifizierung als Teil der «globalisierungskritischen Bewegung», entsprechend taucht mehrmals der Vermerk «Linksextremismus» auf. An zwei Stellen wird gar gemutmasst, dass die «Public Eye Awards», die Public Eye an der Gegenkonferenz zum World Economic Forum (WEF) lange verlieh, gewaltbereite Kreise zu Aktionen gegen nominierte Firmen «inspirieren» könnten, etwa Farbanschläge auf Gebäude. Zugleich erwähnt der Nachrichtendienst des Bundes (NDB) in vielen Einträgen, dass die Davoser Gegenveranstaltung zu den «harmlosen, gewaltfreien WEF-kritischen Veranstaltungen» gehöre.

Im Bericht «Sicherheit Schweiz 2021» ordnet der NDB politische Themen wie «Antikapitalismus», «Migration und Asyl», «Antifaschismus», «Antirepression» und «Kurden» den «gewalttätigen Schweizer Linksextremen» zu. Der vom NDB im Zusammenhang mit Public Eye verwendete Begriff «Linksextremismus» erscheint dort nicht, ist auch im Gesetz nicht klar definiert und wird auf Anfrage auch vom NDB nicht erläutert.

Der Nachrichtendienst stellt sich vielmehr auf den Standpunkt, Public Eye werde vom ihm weder überwacht noch «fichiert», sei also nicht als Objekt (umgangssprachlich «Fiche») erfasst und als Organisation nicht von Interesse. Dem widerspricht die Zahl und Qualität von über 400 erfassten Daten, die alle die Ausübung der Meinungs-, Versammlungs- oder Vereinigungsfreiheit betreffen, aber auch die Tatsache, dass alle mit der Freitextsuche auffindbaren Daten als «personenbezogen erschlossen» gelten und somit nicht – wie zu Zeiten der Karteikarten – eine separate Papier-Fiche angelegt werden muss.

### Der NDB hat sich nicht an gesetzliche Schranken gehalten

Basierend auf den NDB-Akten hat Public Eye ein Rechtsgutachten in Auftrag gegeben, das zu einem ebenso klaren wie brisanten Schluss kommt: «Public Eye hätte durch die Grundrechte und das Gesetz vor der Erfassung seiner Aktivitäten durch den NDB geschützt sein müssen. Dennoch hatte der NDB die Organisation betreffende Daten erfasst und bearbeitet, offensichtlich im Bemühen, die globalisierungskritische Bewegung als Ganzes aus nach-

richtendienstlicher Perspektive zu bewerten. (...) Das ging auch dann weiter, als die Aktivitäten von Public Eye in den Einträgen zutreffend als friedliche Ausübung politischer Grundrechte charakterisiert wurden. Die bekannt gewordene Praxis der Datenerfassung und -bearbeitung des NDB steht nicht mit den rechtlichen Vorgaben in Übereinklang und wird vom NDB nicht nachvollziehbar erklärt. An die Schranken, die Bundesverfassung, Europäische Menschenrechtskonvention (EMRK) und Nachrichtendienstgesetz (NDG) für die Datenerfassung und -bearbeitung vorgeben, hat sich der NDB nicht gehalten.»

Wenn der NDB die Grenze gemäss Art. 5 des Nachrichtendienstgesetzes verwischt und Daten über Organisationen und Personen sammelt, die lediglich ihre Grundrechte wahrnehmen, aber keine Gefahr für die innere und äussere Sicherheit darstellen, dann besteht kein politischer Raum mehr, in dem Akteur\*innen sicher sein können vor dieser staatlichen Datenkrake.

### Zu vage formulierte gesetzliche Regelungen geben den Behörden zu grossen Spielraum

Das Rechtsgutachten hält diesbezüglich fest: «Gesetzliche Bestimmungen, die Eingriffe in Grundrechte erlauben, müssen so klar und konkret sein, dass aus deren Wortlaut vorhersehbar ist, wer unter welchen Voraussetzungen davon betroffen sein kann. Zu vage und offen formulierte gesetzliche Regelungen geben den Behörden einen derart grossen Spielraum, dass für die Bürger\*innen und Organisationen kaum abschätzbar ist, was die rechtlichen Konsequenzen sind, wenn sie ihre Grundrechte ausüben. Sie können dadurch davon abgeschreckt werden, sie auszuüben («chilling effect»). Dies betrifft besonders die Versammlungs- und Vereinigungsfreiheit sowie die Meinungsfreiheit.» ■



Mehr Infos zum Thema:  
[publiceye.ch/ndb](https://publiceye.ch/ndb)

## «Aus dem Fichenskandal wurde nichts gelernt»

Viktor Györfy, Jurist und Autor eines Rechtsgutachtens zur Fichierung von Public Eye, über geheimdienstlichen Dilettantismus, den Davoser Abschreckungseffekt und nötige neue Gesetzesschranken.

INTERVIEW: OLIVER CLASSEN

### Was hat Sie am meisten überrascht an der Public-Eye-Fiche?

Primär der Umfang. Weit über 400 Einträge sind für eine anerkannte entwicklungspolitische Kraft schon erschreckend. Und dann auch die Begründung einer mangelnden Abgrenzung zum gewaltbereiten Linksextremismus, die immer wieder durchscheint, aber völlig absurd ist. Dass Public Eye als Teil der globalisierungskritischen Bewegung gerade rund um Davos in den Fokus des Nachrichtendienstes NDB geraten ist, erstaunt mich hingegen nicht.

### Unser Geheimdienst arbeitet also eher nach ideologischen als sicherheitspolitischen Grundsätzen.

Auf jeden Fall tut sich der NDB immer noch schwer damit, zwischen der legitimen Wahrnehmung demokratischer Grundrechte und Aktivitäten, die eine potenzielle Gefahr für die innere Sicherheit darstellen könnten, zu unterscheiden. Dass aus dem Fichenskandal der 1990er-Jahre nichts gelernt wurde, zeigt sich durch die systematische Einschränkung elementarer Grundrechte wie der Demonstrationsfreiheit bei jedem WEF wieder. Der dadurch bei breiten Kreisen bewirkte Abschreckungseffekt war durch die massiven Repressionen sicher von vornherein beabsichtigt und ist bis heute ein grosses Problem.

Seit dem Rebranding arbeiten wir offiziell nicht mehr zur Globalisierung, sondern zum Verhältnis der Schweizer Wirtschaft zu den Menschenrechten. Ist Public Eye nun weniger verdächtig für den NDB?

Gute Frage. Grundsätzlich sind die Kriterien, nach denen Informationen über euch oder andere Organisationen gesammelt und festgehalten werden, sehr diffus ...

### ... oder willkürlich und damit politisch gelenkt?

Natürlich hat der erwähnte Effekt der Abschreckung eine politische Funktion. Und zwar unabhängig davon, ob den Behörden bewusst ist, was sie hier eigentlich tun. Was ich seit Jahrzehnten beobachte, ist aber vor allem eine dilettantische Datensammlung des Nachrichtendienstes, weil beim besten Willen nicht erkennbar ist, was mit Informationen, wie es sie in eurer Fiche gibt, sicherheitspolitisch Relevantes gemacht werden kann und soll. Das hat auch die Geschäftsprüfungsdelegation als NDB-Aufsichtsgremium immer wieder beanstandet. Bislang offenbar ohne Wirkung.

### Also sind Menschenrechtsorganisationen wie Public Eye auch heute, vor der anstehenden Revision des Nachrichtendienstgesetzes, nicht vor Infiltration und Abhörung geschützt?

Ja, ganz sicher sind solche Organisationen und ihre Mitarbeitenden nicht vor solchen Aktionen. Allerdings wäre das nach geltendem Recht wohl ein Übergriff und kaum mit der Suche nach Verbindungen zu gewaltbereiten Kreisen zu rechtfertigen. Für den NDB könnten vor allem bei Public Eye engagierte Personen interessant sein, die auch noch in anderen politischen Kontexten aktiv sind.

### Einige wenige Angaben in unserer Akte stammen ja von Informant\*innen. Geht das ohne richterlichen Beschluss?

Rechtlich gibt es verschiedene Formen von «Informant\*innen» und innerhalb dessen einen weiten Bereich, wo der NDB ohne besondere Erlaubnis eigenständig handeln und solche Personen nutzen und einsetzen kann.

### Die Gesetzesrevision zielt auf eine Vergrößerung des geheimdienstlichen Spielraums, vor allem bei der digitalen Kommunikation. Müsste man diesen «Staat im Staate» nicht eher einschränken und seine Arbeit professionalisieren?

Eigentlich ist der NDB nicht befugt, die politische Tätigkeit von Individuen oder Organisationen zu beobachten oder zu erfassen. Diese gesetzliche Schranke datiert von 1999 und ist ein Resultat des ersten Fichenskandals. Aber seither ergab jede Überprüfung, dass der Dienst diese Handlungseinschränkung systematisch missachtet. Da gibt es wirklich ein fundamentales Problem.

### Und das ist politischer Natur. Wer macht da seinen Job nicht?

Die parlamentarische Aufsicht des NDB hat dessen Übertretungen zwar immer wieder kritisiert und Empfehlungen formuliert, aber ohne Folgen. Deshalb müssen diese für unsere Demokratie elementaren Grenzen endlich klar, detailliert und vor allem verbindlich ins nächste Gesetz geschrieben werden. Zudem muss der Dienst endlich alle irrelevanten Daten aus seinen Informationssystemen löschen. Dazu gehören auch jene von Public Eye. ■



# Die EU macht vorwärts, die Schweiz schläft weiter

Mehrere europäische Länder haben in den letzten Jahren Gesetze eingeführt, um Konzerne zur Einhaltung von Menschenrechten und Umweltstandards zu verpflichten. Nun hat die EU-Kommission Anfang Jahr ein Konzernverantwortungsgesetz vorgestellt, das EU-weit gelten soll. Public Eye begrüsst diesen Vorschlag und arbeitet mit der Koalition für Konzernverantwortung daran, dass wir auch in der Schweiz rasch ein griffiges Gesetz für Konzernverantwortung erhalten – damit Konzerne Menschenrechte und Umweltstandards respektieren.

ANINA DALBERT

Public Eye vertritt die Schweizer Koalition Konzernverantwortung im Vorstand der European Coalition for Corporate Justice (ECCJ) und setzte sich in dieser Funktion für ein starkes Sorgfaltspflichtengesetz innerhalb der EU ein. Bereits im März 2021 forderte das Europäische Parlament die EU-Kommission dazu auf, ein umfassendes Gesetz zu den Sorgfalts- und Rechenschaftspflichten von Unternehmen auszuarbeiten. Die entsprechende Resolution, die in ihren Forderungen sehr weit geht, wurde mit einer überwältigenden Mehrheit von 504 zu 79 Stimmen angenommen. So forderte das Parlament eine umfassende Sorgfaltsprüfungspflicht für Grosskonzerne sowie für KMU in Hochrisikosektoren. Als Durchsetzungsmechanismen fordert das Parlament neben zivilrechtlicher Haftung auch die Einsetzung von Aufsichtsbehörden.

Kurz darauf – im Juni 2021 – verabschiedete Deutschland ein Lieferkettengesetz, Norwegen ein Transparenzgesetz. Beide Gesetzgebungen enthalten neben verbindlichen und umfassenden Sorgfaltsprüfungspflichten zu Menschenrechten und Umwelt auch die Einsetzung von Aufsichtsbehörden. Diese Behörden können neben ihrer Aufsichtsfunktion auch Bussen verhängen; diese sind in Deutschland und im Vorschlag der EU auch umsatzabhängig. Weil Wirtschaftsverbände Druck gemacht hatten, liess der EU-Kommissionsvorschlag lange auf sich warten und wurde schliesslich im Februar 2022 veröffentlicht. Der zuständige Kommissar hat wiederholt betont, dass es nun vorangehen soll. Die nun anstehenden Verhandlungen beginnen daher voraussichtlich noch Ende dieses Jahres oder

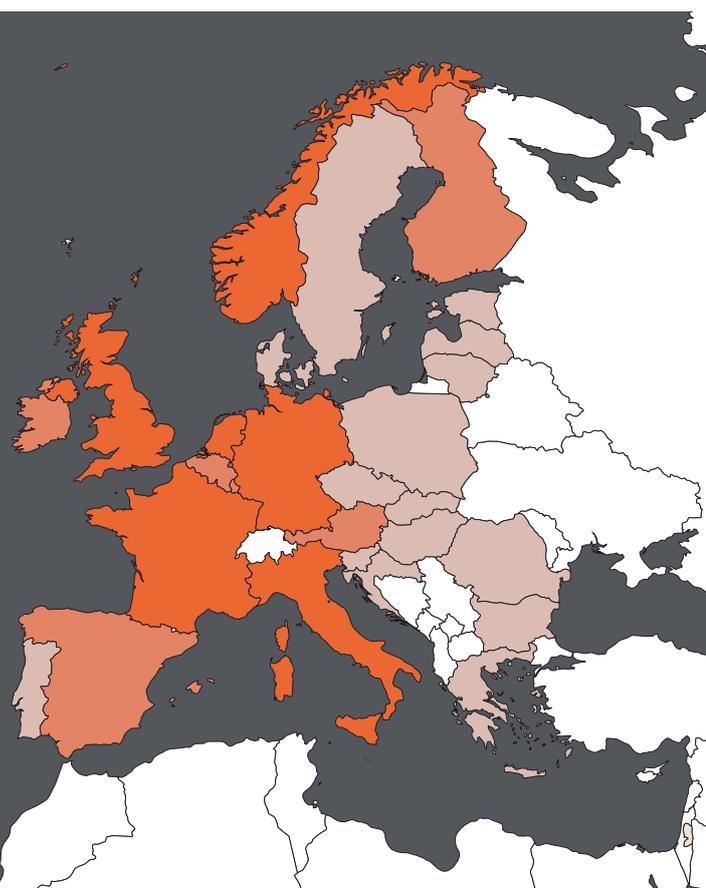
## Konzernverantwortung: Der Stand der Dinge in der Schweiz

Weil die Konzernverantwortungsinitiative 2020 zwar von der Mehrheit der Stimmberechtigten angenommen wurde, aber am Ständemehr scheiterte, gibt es in der Schweiz noch immer keine griffigen Regeln für Konzerne. Zwar trat Anfang 2022 der Gegenvorschlag in Kraft, doch dieser führt nur dazu, dass Konzerne mehr Hochglanz-Broschüren produzieren.

### Situation in Europa

- Griffiges Gesetz oder Gerichtsurteil
- Griffiges Gesetz von Regierung oder Parlament diskutiert
- Kein Gesetz, EU-Regelung gilt
- Kein griffiges Gesetz, keine EU-Regelung

Quelle: Koalition für Konzernverantwortung



Anfang 2023. So könnte ein EU-weites Gesetz bereits Ende 2023 verabschiedet werden.

Das vorgeschlagene Gesetz soll für EU-Konzerne ab 500 Mitarbeitenden und Umsatz von mehr als 150 Mio. Euro weltweit sowie für Konzerne ab 250 Mitarbeitenden in Risikosektoren gelten. Zu den Risikosektoren gehören nach Definition der EU-Kommission all jene, für welche die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) branchenspezifische Leitfäden für eine Sorgfaltsprüfung, die sogenannte Due Diligence, vorsieht – also etwa der Rohstoff- und der Finanzsektor, aber auch Landwirtschaft und Mode. Der Gesetzesentwurf enthält eine breite Sorgfaltsprüfungspflicht sowie einen wirksamen Durchsetzungsmechanismus: Erstens ist eine Aufsichtsbehörde vorgesehen, die Bussen verhängen kann, und zweitens haftet jeder Konzern für angerichtete Schäden seiner Tochterfirmen und auch von Zulieferern. Zudem müssen die Konzerne aufzeigen, wie sie den Zielen des Pariser Klimaabkommens entsprechen.

Darüber hinaus ist der Gesetzesvorschlag auch für Konzerne mit Sitz ausserhalb der EU von Bedeutung, die entweder einen generellen Umsatz von 150 Millionen Euro in der EU oder 40 Millionen Umsatz in der EU und 50 % des weltweiten Umsatzes in einem Risikosektor erwirtschaften. Somit entwickelt der Vorschlag auch eine Wirkung auf Schweizer Unternehmen. Da dies gemäss einer ersten, von der Koalition in Auftrag gegebenen Recherche aber lediglich etwa 200 bis 250 der hier ansässigen Unternehmen betrifft und Fragen über die konkrete Umsetzung offenbleiben, besteht auch in der Schweiz nach wie vor ein dringlicher Regulierungsbedarf.

#### **Schweizer Regulierung war schon vor Inkrafttreten veraltet**

In der Schweiz gilt seit dem 1. Januar 2022 der indirekte Gesetzesvorschlag zur Konzernverantwortungsinitiative (KVI). Er ist unbrauchbar, denn er führt nur dazu, dass Konzerne teure Hochglanzbroschüren produzieren. Der Gegenvorschlag ist das Resultat einer Hauruckübung des Bundesrats und dementsprechend inkohärent und lückenhaft. Vor allem werden die Hauptanliegen der KVI vollkommen ignoriert: Schweizer Unternehmen sollen in ihrer globalen Geschäftstätigkeit Menschenrechte und Umwelt nicht gefährden. Zudem sollen die Opfer von Menschenrechtsverletzungen durch Schweizer Unternehmen ihre Rechte auch vor Schweizer Gerichten durchsetzen können. Der Gegenvorschlag umfasst lediglich Berichterstattungspflichten zu nicht-finanziellen Informationen wie beispielsweise Umwelt und Soziales sowie punktuelle, stark eingeschränkte Sorgfaltsprüfungspflichten in den Bereichen Konfliktmineralien und Kinderarbeit. Wer will, dass die Schweizer Konzerne wirklich Verantwortung übernehmen, kann damit nicht zufrieden sein. ■



**Ende Februar hat die EU ein Konzernverantwortungsgesetz vorgeschlagen, das in allen EU-Ländern gelten soll. Somit ist die Schweiz damit bald das einzige Land in Europa ohne Konzernverantwortung.**

Sicher erinnern Sie sich auch noch an den Abstimmungskampf zur Konzernverantwortungsinitiative im Herbst 2020. Bundesrätin Karin Keller-Sutter bekämpfte die Initiative landauf, landab mit dem Versprechen, dass der Bundesrat ein «international abgestimmtes» Vorgehen möchte und sich für «gleich lange Spiesse» für Konzerne in der Schweiz und der EU einsetze. Dieses Versprechen der Bundesrätin hat sicher stark dazu beigetragen, dass unsere Initiative trotz dem Volksmehr am Ständemehr gescheitert ist.

Diesen Worten müssen nun auch Taten folgen! Darum lanciert die Koalition für Konzernverantwortung, bei der auch Public Eye Mitglied ist, diesen Sommer eine grosse Petition an den Bundesrat: In 100 Tagen will sie in der Bevölkerung 100 000 Unterschriften sammeln, damit der Bundesrat endlich ein Konzernverantwortungsgesetz erarbeitet.

Dafür ist die Koalition auf Ihre Unterstützung angewiesen! Füllen Sie das Formular auf der Website der Koalition aus und geben Sie an, wie viele Unterschriften Sie im Herbst sammeln können.



Infos zur Petition der Koalition für Konzernverantwortung:  
[konzernverantwortung.ch](https://konzernverantwortung.ch)



**Carla Hoinkes** beschäftigt sich bei Public Eye mit Landwirtschaftsfragen und nimmt die globalen Geschäfte der Agrarindustrie unter die Lupe. Sie lernt immerzu gern Neues über Mensch, Kraut und Rüben (und hofft, dass ihr auch selbst mal noch ein grüner Daumen wächst).

## Hunger wegen Bio-Anbau: Durchsichtige PR-Aktion des weltgrössten Pestizidherstellers

Mit haltlosen Aussagen in der Sonntagspresse landete Syngenta-Chef Erik Fyrwald Mitte Mai einen kleinen PR-Coup. Zahlreiche grosse Schweizer Medien verbreiteten daraufhin weitgehend unkommentiert Fyrwalds Aussagen, wonach etwa der Konsum von Bioprodukten schuld am Hunger in Afrika sei. Das ist schlicht Unsinn – aber durchaus im Sinn von Syngentas Geschäftsinteressen.

In einem ausführlichen Interview, das Mitte Mai in der «NZZ am Sonntag» erschien, nimmt Erik Fyrwald die sich durch den Krieg in der Ukraine dramatisch zuspitzende Ernährungskrise zum Anlass für eine beispiellose Attacke auf die biologische Landwirtschaft. «Den Menschen in Afrika wird Nahrung weggenommen, weil wir Bioprodukte wollen und unsere Regierungen die Biolandwirtschaft unterstützen», sagt Fyrwald.

Wir haben Wissenschaftler\*innen des Internationalen Expertengremiums für nachhaltige Lebensmittelsysteme (Ipes-Food) aus Afrika, Südamerika und Europa und den ehemaligen Direktor des Forschungsinstituts für biologischen Landbau (FiBL) gefragt, was sie von dieser Aussage halten. Und uns überlegt, was den CEO von Syngenta dazu bewogen hat.

### Unser Konsum von Bioprodukten hat mit dem Hunger in Afrika nichts zu tun

Hans Rudolf Herren, Agrarexperte und Gründer der Stiftung Biovision, schreibt uns auf Anfrage, dass «der Syngenta-CEO auf einem anderen Planeten zu leben» scheine. Denn es gebe «überhaupt keinen Zusammenhang zwischen dem Hunger in Afrika und dem Schweizer Biokonsum».

Tatsächlich nimmt der Hunger seit 2016 weltweit wieder zu, etwa durch Konflikte und Wetterextreme als Folge der Klimakrise und aufgrund der Coronapandemie. 2021 waren 193 Millionen Menschen von Hungersnöten betroffen, der Ukrainekrieg verschärft die Situation dramatisch. Dabei wären eigentlich genug Lebensmittel verfügbar. Die Menschen haben insbesondere aufgrund der stark gestiegenen Lebensmittelpreise keinen Zugang dazu.

Sofía Monsalve Suárez, Generalsekretärin der Menschenrechtsorganisation FIAN International, macht auch politische Versäumnisse für die Hungerkrise verantwortlich. Nach der letzten Lebensmittelpreiskrise, welche auf die Finanzkrise von 2008 folgte, hätten die Regierungen versprochen, «gegen Spekulanten vorzugehen; die kleinbäuerliche Lebensmittelproduktion in Entwicklungsländern wieder aufzubauen; die Rohstoffabhängigkeit zu verringern; die Verschuldung zu senken und Getreidereserven an- und offenzulegen – aber die Lobbyarbeit der Privatwirtschaft verhinderte dies. Wären diese Versprechen umgesetzt worden, wären wir jetzt nicht mit der aktuellen Lebensmittelpreiskrise konfrontiert», schreibt sie uns.

### Ökologische Landwirtschaft als Teil der Lösung statt des Problems

Die chemieintensive industrielle Landwirtschaft mag kurzfristig hohe Erträge erzielen, ist aber auch ein grosser Teil des Problems, nicht nur wegen den Umwelt- und Gesundheitsproblemen, die sie verursacht, sondern auch für die Ernährungssicherheit, wie der Äthiopier Million Belay, Gründer der Allianz für Ernährungssouveränität in Afrika (Afsa), zu bedenken gibt: «Die Landwirt\*innen in Afrika stehen vor einer Ernährungskrise, weil sie von Düngemitteln auf der Basis fossiler Brennstoffe abhängig sind, deren Preise um 400 % in die Höhe geschossen sind. Zusammen mit der Klimakrise führt dies zu einer noch nie dagewesenen sozialen Krise», erläutert er.

Rund ein Fünftel der Düngemittel-Exporte stammt aus Russland und Belarus. Und auch Europa ist stark von russischen Düngemitteln und Erdgas abhängig, das für die

## «Menschen in Afrika hungern, weil wir mehr Bio kaufen»

Syngenta-Chef Erik Fyrwald kritisiert eine provokante Forderung: Das Axiom vom Bioanbau: Nicht verschärfen die Hungerkrisen, die wegen des Ukraine-Kriegs drohen?  
**Guido Schättl**

Knapp 200 Millionen Menschen öffen jedes Jahr einen Hunger und Mangelernährung. Aber gibt aus dem diese Woche veröffentlichte UN-Report zu globalen

Bis zu 30 Prozent tiefer ausfallen, sagt Fyrwald. «Die aktuelle Frage ist, dass Menschen in Afrika hungern, weil wir immer mehr Bio kaufen».

Im Video hat er vor allem die EU-Landwirtschaftspolitik, «die einen Anstieg von 20 Prozent ausstößt, in der Schweiz beträgt der Marktanteil 11 Prozent».

Fyrwald fordert auf die Weltbank, «Konventionelle Landwirtschaft ist gut, wenn gesteuert», sagt der grüne

vor dem Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL). Biobauern seien Spezialisten für innovative Anbaumethoden. «Aber müssen sie fördern, anstatt sie die Stütze zu bekommen».

Aber als der traditionelle Bio-Land zeigt sich Niggli aber offen für neue Technologien wie Präzisionslandwirtschaft und Gentechnik.

Fyrwald sieht sich nicht als Vertreter der Konventionellen



Durch den Ukrainekrieg spitzt sich die Ernährungskrise dramatisch zu; Syngenta-Chef Erik Fyrwald nimmt dies zum Anlass für eine beispiellose Attacke auf die biologische Landwirtschaft in der «NZZ am Sonntag».

Herstellung von Dünger benötigt wird. Die Förderung von unabhängigeren agrarökologischen Produktionsformen, welche die Böden schonen und Bestäuber schützen, erscheint auch vor diesem Hintergrund weit sinnvoller als eine chemieintensive Intensivierung und die Aussetzung der im Green Deal der EU vorgesehenen ökologischen Reformen in der Landwirtschaft. Doch genau das fordert Erik Fyrwald im Interview.

### **Pestizide und neue Gentechnologie für die Welternährung?**

Dass seine Ablehnung des Biolandbaus mit Geschäftsinteressen zu tun haben könnte, weist er dabei weit von sich. «Die Branche» erziele mit Bio sogar «gute Gewinne», sagt er. Es gehe ihm nur um die Lebensmittelproduktion.

Dennoch hat «seine Branche» schon lange vor dem Ukrainekrieg eine gut orchestrierte (und gut finanzierte) Kampagne gegen die Reformpläne in der EU lanciert. Wie in die Öffentlichkeit gelangte Dokumente zeigten, wollen Syngenta & Co. dabei einheitliche und «verbindliche Ziele für die Reduzierung von Pestiziden» verhindern.

Fakt ist auch: Der biologische Pflanzenschutz spielt im Geschäftsmodell Syngentas mit gerade mal 1,8 % des Gesamtumsatzes im Jahr 2021 kaum eine Rolle. Umso wichtiger ist der Verkauf chemischer Pestizide, mit dem Syngenta 2021 volle 78 % (13 Milliarden US-Dollar) des Umsatzes erwirtschaftete. Wenig überraschend spielen chemische Pestizide in Fyrwalds Vorschlägen für eine «nachhaltige Landwirtschaft» eine zentrale Rolle. Diesen «dritten Weg» beschreibt er als «regenerative» Landwirtschaft, welche durch schonende Bodenbearbeitung CO<sub>2</sub>

im Boden speichert. Damit auf das Pflügen verzichtet werden kann, braucht es laut Syngenta aber zwingend chemische Unkrautvernichter. Vor mehr als 15 Jahren hatte der Konzern bereits genau dieselbe Anbaumethode beworben – damals, um den Weiterverkauf des höchst umstrittenen Herbizids Paraquat zu rechtfertigen.

Ergänzend sieht Fyrwald ein grosses Potenzial in der sogenannten neuen Gentechnologie wie der «Genschere» CRISPR-CAS für die Bekämpfung des Welthungers. Die Zulassung solcher Technologien – deren Risiken zurzeit wenig bekannt sind und deren Wirksamkeit nicht bewiesen ist – müsse jetzt beschleunigt werden, so Fyrwald. Schliesslich seien auch in der Covid-Pandemie die Impfungen «sehr schnell entwickelt und zugelassen» worden.

Urs Niggli, der ehemalige Direktor des FiBL, ist der Meinung, dass es zusätzlich zum Biolandbau «eine clevere Wissenschaft und top nachhaltige Lösungen der Industrie» brauche, um 10 Milliarden Menschen zu ernähren. «Die hat Syngenta noch nicht. Also arbeiten, nicht andere kritisieren», so Niggli. ■



Den Blog «Standpunkte» können Sie auf unserer Website abonnieren: [publiceye.ch/blog](https://publiceye.ch/blog)



## Geheime Rabatte, die der Pharmaindustrie in die Hände spielen

Der Bundesrat will Preismodelle mit geheimen Rabatten in einer Revision des Krankenversicherungsgesetzes (KVG) verankern. Diese Massnahmen werden die explodierenden Behandlungskosten jedoch nicht dämpfen – im Gegenteil. Die Pharmakonzerne hätten noch mehr Macht, ihre missbräuchlichen Preise und Margen durchzusetzen. Auf der Strecke bliebe die Transparenz.

**PATRICK DURISCH**

Der Preis eines Medikaments in der Schweiz wird vom Bundesamt für Gesundheit (BAG) auf der Grundlage von zwei Vergleichen festgelegt: dem Auslandpreisvergleich, bei dem Referenzpreise in neun anderen europäischen Ländern herangezogen werden, und dem therapeutischen Quervergleich, bei dem der Preis mit ähnlichen Arzneimitteln auf dem Markt verglichen wird. Doch mit der Zulassung neuer, immer komplexerer und teurerer Medikamente, wie z. B. gegen Krebs, kann das BAG die Fristen für die Aufnahme in die Spezialitätenliste (SL) – die den Weg für die automatische Rückerstattung durch die obligatorische Krankenpflegeversicherung (OKP) öffnet – nicht mehr garantieren. Und vor allem keinen Preis, der den gesetzlich festgelegten Bedingungen entspricht.

Im Rahmen des zweiten Massnahmenpakets zur Kostendämpfung in der obligatorischen Krankenversicherung will der Bundesrat deshalb das KVG ändern,

damit das BAG legal auf «Preismodelle» zurückgreifen und hinter verschlossenen Türen Rabatte auf den offiziellen Preis neuer Arzneimittel aushandeln kann. Ein Preismodell – auch bekannt als «managed entry agreement» – ist eine Vereinbarung zwischen dem BAG und einer Pharmafirma, welche die Modalitäten der Aufnahme eines Medikaments in die Spezialitätenliste festlegt (Preis, Rabatt, Erfordernis zusätzlicher Studien), damit die Behandlung von der obligatorischen Krankenversicherung finanziell übernommen werden kann. Es gibt verschiedene Kategorien von Modellen, die den Fokus auf drei unterschiedliche Kriterien legen: den Preis (Rabatte, die die Pharmafirma auf jedes Medikament gewährt), die Menge (Kostenübernahme bis zu einer bestimmten Jahresmenge) oder die Wirksamkeit (Behandlungen werden vom Hersteller rückerstattet, wenn sie ihr Wirksamkeitsziel nicht erreichen).

Diese Preismodelle sind in der Schweiz auf dem Vormarsch. Während es im Januar 2019 nur knapp 20 davon gab, gibt es heute mehr als 100 Preismodelle für 79 Produkte – das sind fünfmal so viele. Noch vor drei Jahren waren alle diese Preisnachlässe in der öffentlichen SL-Datenbank aufgeführt. Anfang 2022 waren rund die Hälfte dieser Preismodelle Gegenstand von Geheimrabatten.

### **Eine Politik der vollendeten Tatsachen**

Das BAG tendiert also schon heute stark dazu, geheime Rabatte auszuhandeln – noch vor einer allfälligen Änderung des KVG. Diese soll eine bereits gängige Praxis legalisieren: eine Politik der vollendeten Tatsachen. Das Novum: Durch das überarbeitete Gesetz würde die Möglichkeit, die Höhe und die Berechnungsmodalitäten dieser Rabatte zu erfahren, vom Geltungsbereich des Öffentlichkeitsgesetzes (BGÖ) ausgeschlossen – und somit könnte man auch den Nettopreis der Arzneimittel nicht erfahren, also den Preis, der tatsächlich von der Krankenkasse übernommen wird. Damit würde die Transparenz, das sogenannte Öffentlichkeitsprinzip, wirtschaftspolitischen Zwecken geopfert und ein

gefährlicher Präzedenzfall im Bereich der Sozialversicherungen geschaffen (siehe Box).

In seinem erläuternden Bericht vom August 2020 argumentiert der Bundesrat, dass Preismodelle mit Geheimrabatten unumgänglich seien. Diese hätten in den Ländern der Europäischen Union (EU), die diese Modelle seit Langem anwenden, zu erheblichen Kosteneinsparungen geführt. Der Bundesrat zitiert jedoch nur drei Studien, von denen eine von der Pharmabranche durchgeführt wurde und eine weitere aus dem Jahr 2012 stammt! Doch unabhängige in der Schweiz und der EU durchgeführte Studien zeigen, dass die Einführung von vertraulichen Preismodellen weder zu einer schnelleren Behandlung noch zu einer besseren Kostendämpfung geführt hat. Im Gegenteil – die Kosten sind weiterhin in die Höhe geschneit.

### **Missachtung von internationalen Verpflichtungen**

Die Schweiz hatte sich im Mai 2019 in der Weltgesundheitsorganisation stark für mehr Transparenz eingesetzt und in der Resolution WHA72.8 die Notwendigkeit des «öffentlichen Austauschs von Informationen über die

## **Gefährlicher Präzedenzfall für das Öffentlichkeitsgesetz**

**Ein von Public Eye angefordertes Rechtsgutachten zeigt, dass der Ausschluss von Medikamentenrabatten aus dem Geltungsbereich des Öffentlichkeitsgesetzes (BGÖ) nicht nur das Öffentlichkeitsprinzip beschneiden, sondern auch einen gefährlichen, möglicherweise wettbewerbsverzerrenden Präzedenzfall im Bereich der Sozialversicherungen darstellen würde. Das BGÖ darf nicht für Wirtschaftsinteressen missbraucht oder aufgeweicht werden, indem es den Pharmaunternehmen in ihrer Monopolstellung zusätzliche Privilegien einräumt.**

Mit dem seit 2006 geltenden Öffentlichkeitsgesetz (BGÖ) wurde ein grundlegendes Prinzip der Transparenz in der Verwaltung eingeführt, um eine bessere demokratische Kontrolle und ein gestärktes Vertrauen der Bevölkerung in die staatlichen Institutionen zu fördern. Das BGÖ sieht vor, dass jeder Person auf Antrag Zugang zu amtlichen Dokumenten gewährt wird, ohne dass sie eine Begründung vorlegen muss.

Das BGÖ sieht auch Ausnahmen vor, durch die der Zugang zu amtlichen Dokumenten eingeschränkt, aufgeschoben oder verweigert werden kann. Keine der im BGÖ genannten Ausnahmen betrifft jedoch die Arzneimittelpreise, für deren Festsetzung das BAG zuständig ist. Zudem schreibt die Rechtsprechung vor, dass das Geschäftsgeheimnis bei der Preisfestsetzung eines Arzneimittels nicht als Ausnahme geltend gemacht werden kann.

Die Legalisierung von geheimen Rabatten würde somit eine neue Spezialbestimmung im Sinne von Artikel 4 BGÖ darstellen, eine Premiere in Bezug auf die Sozialversicherungen (wie die Krankenversicherung). Doch die Argumente, die der Bundesrat zur Rechtfertigung dieser Spezial-

bestimmung vorbringt, sind aus juristischer Sicht nicht überzeugend, wie das Rechtsgutachten zeigt.

Vielmehr handelt es sich um Argumente, die durch eine Wirtschaftspolitik motiviert sind, die darauf abzielt, der Pharmaindustrie zusätzliche Privilegien zu verschaffen. Die Pharmaindustrie fordert seit Langem geheime Rabatte, um die offiziellen Preise – auch als «Schaufensterpreise» bekannt – hoch zu halten, ohne die gewährten Rabatte offenlegen zu müssen, da diese als internationale Vergleichsgrundlage dienen (z. B. orientieren sich 20 Länder am Schweizer Preis).

Das Öffentlichkeitsprinzip für wirtschaftspolitische Zwecke zu nutzen und zu schwächen, wäre ein gefährlicher Präzedenzfall. Da die Finanzierung der Krankenversicherung grösstenteils auf den Versicherten lastet, ist ein hohes Mass an Transparenz bei der staatlichen Preisfestsetzung für Medikamente, einschliesslich ausgehandelter Rabatte, von entscheidender Bedeutung. Sie in einen noch dickeren Mantel des Schweigens zu hüllen, würde den von der Schweiz geförderten Transparenzielen zuwiderlaufen.

Nettopreise – nach Abzug von Rabatten – von Gesundheitsprodukten» unterstützt. Mit einer intransparenten Festlegung der Medikamentenpreise verstösst die Schweiz gegen die internationalen Verpflichtungen, die sie eingegangen ist. In einer ersten Vernehmlassung im Jahr 2020 zur KVG-Änderung, an der Public Eye teilnahm, lehnten mehr als die Hälfte der 126 Stellungnehmenden den Ausschluss von Rabatten aus dem Geltungsbereich des BGÖ klar ab. Dies geht aus dem vom BAG veröffentlichten Vernehmlassungsbericht hervor. Der Bundesrat sollte daher auf Geheimrabatte verzichten, wenn er im Laufe des Jahres 2022 eine neue Vorlage des Massnahmenpakets vorlegt. Aufgrund der starken Lobbyarbeit der Pharmaindustrie bei den Schweizer Behörden ist dies jedoch mehr als ungewiss.

#### **Die Lösung: gegen Machtasymmetrie vorgehen**

Preismodelle ändern weder etwas an der Methode der Preisfestsetzung – die weiterhin auf verzerrten geografischen und therapeutischen Vergleichen beruhen wird – noch am ungleichen Machtverhältnis zwischen der Pharmaindustrie in Monopolstellung und dem BAG, das nicht einmal weiss, wie viel tatsächlich in die Entwicklung eines Medikaments investiert wurde. Die Machtasymmetrie ist offensichtlich.

Wie Studien bestätigen, werden die Pharmakonzerne die Preismodelle mit Geheimrabatten nutzen und

ihre Preisgebote höher ansetzen, um ihre Gewinnspanne hoch zu halten und dem BAG gleichzeitig vorgaukeln, die angeblich höheren – weil geheim gehaltenen – Rabatte würden zu Einsparungen führen. Stattdessen sollte die Schweiz mehr Transparenz schaffen, indem sie die Höhe der Rabatte veröffentlicht und, wie Italien und Frankreich es kürzlich getan haben, gesetzliche Bestimmungen erlässt, die die Pharmaindustrie dazu verpflichten, (mindestens) die für die Forschung und Entwicklung des betreffenden Produkts erhaltenen öffentlichen Subventionen offenzulegen. Ausserdem muss sie mehr gegen den Missbrauch von Monopolen unternehmen, indem sie das Rechtsinstrument der Zwangslizenzen einsetzt, und die Preise gemeinsam mit anderen EU-Ländern mit vergleichbarer Ausgangslage aushandeln. Kurz gesagt, sie muss wieder ein Kräfteverhältnis herstellen, das echte Verhandlungen über einen fairen Preis ermöglicht, der den tatsächlich getätigten Investitionen entspricht.

Die Gewinnerin solcher undurchsichtiger Preismodelle ist die Pharmaindustrie – und nicht das Gemeinwohl. Die möglichen kurzfristigen Einsparungen für die obligatorische Krankenpflegeversicherung sind ein Trugschluss angesichts der längerfristigen negativen finanziellen Auswirkungen einer solchen Politik, nämlich immer stärker überhöhte Preise in der Schweiz und andernorts. ■



# Als Public Eye aufdeckte, wie Schweizer Konzerne die UNO unterwandert hatten

Vor 44 Jahren enthüllte Public Eye brisante vertrauliche Dokumente: Die «Multi-Papers» zeigten, wie hochrangige Kader von Konzernen wie Nestlé, Hoffmann-La Roche, Sulzer und Sandoz sich im Geheimen trafen, um zu verhindern, dass die UNO das Wirken ihrer Arbeitgeber im Globalen Süden kritisch betrachtete. Ein alt Bundesrat missbrauchte dazu seine Berufung in ein Beratergremium der UNO.

ROMEO REGENASS

Am Anfang ist da bloss eine Kiste verstaubter Dokumente aus dem Nachlass des 1974 verstorbenen Handelsdiplomaten Christoph Eckenstein. Rudolf Strahm, damals Sekretär der Erklärung von Bern (EvB), wie Public Eye früher hiess, hat zusammen mit zwei Genfer Universitätsprofessoren, die beide in der Entwicklungspolitik engagiert waren, vom Verstorbenen testamentarisch eine Million Franken zugesprochen erhalten – verbunden mit der Auflage, ein Schweizerisches Institut für Entwicklungsforschung zu finanzieren. Dazu wird die Christoph-Eckenstein-Stiftung gegründet, die auch die mediale Berichterstattung über die Dritte Welt fördern wird. Strahm hatte Eckenstein 1970 bei der Vorbereitung der «Interkonfessionellen Konferenz Schweiz – Dritte Welt» kennengelernt.

Zur Kiste mit den Dokumenten, die in einem Institut der Uni Genf stand, kommt Strahm als testamentarisch bezeichnetes Stiftungsratsmitglied. Die Dokumente haben es in sich, erinnert sich Strahm im 2008 erschienenen Buch «Entwicklung heisst Befreiung» zur Geschichte der Erklärung von Bern: «Die Durchsicht der verstaubten Papiere und Dokumentenkopien lieferte uns Sprengstoff. Christoph Eckenstein war nämlich in den Jahren 1972 bis 1974 stiller Berater von multinationalen Konzernen.» Und diese hatten gemäss den Papieren ein geheimes Netzwerk zur Vertretung ihrer Interessen auf globaler Ebene aufgebaut. Damit wollten die Konzerne der zunehmenden Kritik von UNO und Medien an ihren Praktiken begegnen sowie die schweizerische und andere westliche Regierungen für ihre Strategien einspannen.

## UNO und Medien «subversiv neutralisieren»

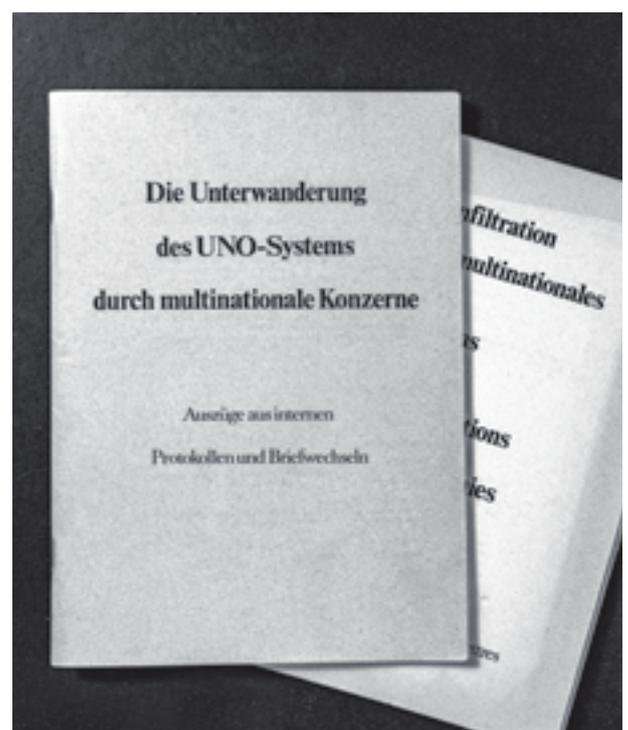
Interne Dokumente aus UNO und Konzernen, Briefwechsel zwischen Konzernchefs, als «geheim» klassierte Protokolle über strategische Absprachen mit dem Volkswirtschaftsdepartement, internationalen Handelskammern und wohlgesinnten Funktionären (damals wirklich nur Männer): Die über hundert Dokumente erweisen sich als hoch brisant.

Im Visier haben die Konzerne ein Programm, mit dem die UNO und ihr Rat für wirtschaftliche und soziale Angelegenheiten (Ecosoc) untersuchen wollen, was die Geschäftstätigkeit der multinationalen Konzerne für die

Entwicklungsländer bedeutet. Die Papiere zeigen bis ins Detail, wie die grossen Schweizer Unternehmen 1973/74 versuchen, eine von der UNO eingesetzte Gruppe von «Eminent Persons» (herausragenden Persönlichkeiten) zu beeinflussen und die Presse und die UNO «subversiv zu neutralisieren», wie die EvB in einer Dokumentation zur Publikation dieser «Multi-Papers» 1978 schreibt.

Die Rede ist von einer «geheimen Koordinationsgruppe, die 1972 bis 1974 mindestens 15-mal tagte». Neben zwei Dachverbänden der Wirtschaft gehören Brown-Boveri (BBC), Ciba-Geigy, Hoffmann-La Roche, Nestlé, Sandoz und Sulzer dazu. Also alles, was damals in der Schweizer Industrie Rang und Namen hatte. Aus den Protokollen geht hervor, dass die Existenz des Gremiums nicht publik werden durfte und deren Diskussionen vertraulich waren.

Mittelsmann zur offiziellen Politik ist alt Bundesrat Hans Schaffner, ein Freisinniger mit Verwal-



tungsratsmandaten bei Sandoz, Alusuisse und anderen Konzernen, den die UNO auch aufgrund seiner langjährigen Erfahrung als Spitzenbeamter in die Gruppe der «Eminent Persons» gewählt hatte. Doch Schaffner kennt keine Skrupel: Zwischenberichte aus Sitzungen und Diskussionen, die ausdrücklich als «streng vertraulich» qualifiziert waren, gibt er jeweils an Sandoz weiter, welche die Papiere an die anderen Konzerne verteilt – als einzeln nummerierte, vertrauliche Kopien.

#### Konzerne briefen den alt Bundesrat

Vor den Treffen der «Eminent Persons» wird Schaffner von Sandoz & Co jeweils gebrieft. Im Oktober 1973 äussert er in einer Besprechung mit hochrangigen Vertretern der Konzerne Zweifel darüber, dass die vorgefasste Meinung der Mehrheit der Gruppe und des UNO-Sekretariates noch wesentlich beeinflussbar sei. Es seien vier Gruppen, die zum Generalangriff auf die Multinationales blasen würden: die internationale Bürokratie, die internationalen Gewerkschaften, die Entwicklungsländer und die marxistischen Staaten. In der Folge gibt Schaffner bei den «Eminent Persons» seiner ablehnenden Haltung mit einem «Dissenting Report» Ausdruck, der von den Vertretern der Konzerne gleich mitverfasst wird.



Versorgte die Schweizer Konzerne mit streng vertraulichen UNO-Berichten: alt Bundesrat Hans Schaffner (Foto von 1961).

Schaffner wird auch international aktiv. Den niederländischen Philips-Konzern bittet er etwa, den in der Gruppe der «Eminent Persons» aktiven Sozialdemokraten Sicco Mansholt zu disziplinieren. Der Vizepräsident der EWG-Kommission (heute EU-Kommission) und frühere Minister hatte dort mit seinen konzernkritischen Vorstössen den besonderen Zorn des alt Bundesrats erregt.

#### Kritiker ausschalten, Journalisten einbinden

Im Inland orchestriert die Gruppe um Schaffner eine intensive Bearbeitung der Presse. Wirtschaftsjournalisten mit konzernfreundlicher Haltung werden individuell dokumentiert. Einzelne Journalisten erhalten gar den Auftrag, positiv über das Wirken der Konzerne in Entwicklungsländern zu berichten. Fazit der EvB damals: «Die Dokumentation lässt den Schluss zu, dass sich die Schweizer Konzerne auf einen ganzen Kreis von ihnen freundlich gesinnten Wirtschaftsjournalisten stützen können, die sich jederzeit für ihre Zwecke einspannen lassen.»

#### Die Erklärung von Bern in New York

Der Publikation der «Multi-Papers» im Juni 1978 geht eine lange interne Diskussion voraus, an der auch die Option diskutiert wird, die staatspolitisch brisanten Dokumente in einer Schublade verschwinden zu lassen. Doch zahlreiche Sitzungen, Gutachten und politische Erwägungen führen schliesslich zum Schluss: Die Dokumente gehören der Öffentlichkeit und der UNO – «auf die Gefahr hin, in diesem Lande selber politisch verketzert zu werden», wie die EvB ihren Mitgliedern damals schrieb. Verständlich, denn die Organisation hatte damals einen klar entwicklungspolitischen Fokus, der kritische Blick auf die Konzerne stand noch nicht im Zentrum des Engagements.

In akribischer Kleinarbeit verfasst Rudolf Strahm nach der Durchsicht der grossen Menge an Dokumenten unter dem Titel «Die Unterwanderung des UNO-Systems durch multinationale Konzerne» eine 60-seitige kommentierte Sammlung von Originalzitaten. Mitstreiterin Anne-Marie Holenstein insistiert auf einer englischen Übersetzung und reist sicherheitshalber am Tag vor der Veröffentlichung in der Schweiz mit einem Koffer voller Broschüren nach New York, um sie UNO-Kreisen, internationalen Nichtregierungsorganisationen und der Weltpresse zugänglich zu machen.

Die Pressereaktionen, der politische Aufruhr im Inland und das internationale Echo sind überwältigend. Die Kommentare gehen von der Verurteilung der Konzerne («Bund der Bosse») bis zur Verurteilung der EvB («aufgebauscht, haltlos und lächerlich»). In einer internen Information über die Reaktionen auf die «Multi-Papers» schreibt die Erklärung von Bern ihren Mitgliedern: «Die Auseinandersetzung mit den Multis muss weitergehen.»

Sie tut es bis zum heutigen Tag – seit 2016 unter dem Namen Public Eye. ■



## Public Eye sucht Freiwillige für Schulbesuche

Public Eye bietet ein Schulbesuchsprogramm an, das Kinder und Jugendliche für globale Gerechtigkeit und kritischen Konsum sensibilisieren soll. Unser Team ist jedoch während der Pandemie geschrumpft. Um den Anfragen der Schulen nachkommen zu können, suchen wir neue Freiwillige, die Spass an einer Vermittlungstätigkeit haben und nach den Sommerferien bei uns einsteigen möchten.

An zwei Online-Veranstaltungen informieren wir näher über die Schulbesuchsarbeit: Donnerstag, 25. August oder Montag, 29. August 2022, jeweils 19–20 Uhr.

### Was bringen unsere Schulbesucher\*innen mit?

- Freude am Umgang mit Kindern und Jugendlichen
- Interesse an der Vermittlung von Public-Eye-Themen
- Spass an der Arbeit im Zweier-Team
- Kapazitäten für vier Schulbesuche pro Jahr und ein längerfristiges Engagement

Der Aufwand pro Schulbesuch beträgt inklusive Vorbereitung 1–2 Tage. Als Aufwandvergütung erhalten die Freiwilligen 100 Franken pro Schulbesuch, zuzüglich Fahrtkosten.

Anmeldung für eine der beiden Online-Veranstaltungen bitte per Mail an [schulbesuch@publiceye.ch](mailto:schulbesuch@publiceye.ch). Gerne beantworten wir auch Fragen. Wir freuen uns über Ihr Interesse!

## Grosses Interesse am Stadtrundgang zum Finanzplatz Zürich

Ob Korruptionsskandal bei der Fifa, CO<sub>2</sub>-Fussabdruck der Nationalbank oder die ominöse Lücke im Geldwäschereigesetz, welche die Anwält\*innen schon hat: Wer am 90-minütigen Stadtrundgang «Nächster Halt Paradeplatz» der Regionalgruppe Zürich von Public Eye mitläuft, erfährt viel über die lukrativen und oft zwielichtigen Geschäfte der Zürcher Finanzdienstleister und das damit verbundene Handeln der Politik. Und bekommt auch etwas von der speziellen Stimmung mit, die das Bankenquartier mit seinen zum Teil diskreten, zum Teil repräsentativen Geldinstituten prägt.

An den sechs Terminen in diesem Frühling haben insgesamt rund 200 Interessierte teilgenommen. Ein schöner Erfolg für die Freiwilligen, die sich engagiert in die komplexen Themen einarbeiten und sie auf dem Rundgang mit viel Herzblut präsentieren.

Wegen der grossen Nachfrage überlegt sich die Regru Zürich derzeit, wie man den Stadtrundgang digitalisieren könnte. Das Ziel ist ein Rundgang, den Interessierte oder auch Gymnasiaklassen unabhängig von Führungen machen können.

## Marsch gegen Bayer und Syngenta fand erstmals wieder vor Ort statt

Die Stadt Basel kennt viele Traditionen. Eine davon ist der seit 2015 jährlich stattfindende «March against Bayer & Syngenta». Doch ein kleines Virus war auch hier erfolgreich: Die letzten zwei Jahre fand der Marsch primär online statt.

Am 21. Mai 2022 konnten sich endlich wieder Aktivist\*innen vor Ort treffen, darunter auch Mitglieder verschiedener Regionalgruppen von Public Eye. Insgesamt demonstrierten mehrere Hundert Personen in Basels Innenstadt gegen die hier ansässige Syngenta, den in der Region aktiven deutschen Bayer-Konzern und weitere Agromultis. Die Protestierenden fordern ein Verbot von Pestiziden wie dem Syngenta-Kassenschlager Paraquat und den Wandel hin zu einer solidarischen und ökologischen Landwirtschaft. Syngenta und Bayer produzieren Pestizide und (Gentech-)Saatgut für den Welthandel. Damit zerstören sie die Artenvielfalt sowie lokale samenfeste Sorten und bedrohen damit die weltweite Ernährungssicherheit.

Die Protestierenden freuten sich darüber, dem Exportverbot von hochgefährlichen Pestiziden und anderen Forderungen wieder mal in der Öffentlichkeit Gehör und Sichtbarkeit zu verschaffen, genossen aber auch das Wiedersehen mit Gleichgesinnten.

#UnboxFairFashion



## Wir wollen Kleider, die nichts zu verbergen haben

Der Onlinehandel heizt den Modekonsum weiter an. Doch niemand weiss, wo die Produkte hergestellt werden, ob die Arbeitsbedingungen in Produktion und Logistik fair sind und wie viele Retouren im Abfall landen.

Wir wollen Mode, die nichts zu verbergen hat. Mode ohne Ausbeutung. Mode, die nicht im Müll landet. Onlinehändler liefern das nicht freiwillig.

**Deshalb bestellen wir beim Parlament ein Gesetzespaket für Verantwortung und Transparenz!**

**Machen Sie mit bei unserem Appell: Verlangen Sie mehr Verantwortung und Transparenz im Online-Modehandel.**

Danke, wenn Sie die Antwortkarte auf der Rückseite des Magazins ausfüllen oder gleich online unterschreiben:  
[publiceye.ch/unboxfairfashion](https://publiceye.ch/unboxfairfashion)



Wo Konzerne lieber im Verborgenen agieren und die Politik dies zulässt, da schaut Public Eye genau hin: Mit Recherchen, Lobbyarbeit, Kampagnen und politischen Vorstössen setzen wir uns dafür ein, dass Schweizer Unternehmen und die offizielle Schweiz ihre Verantwortung zur weltweiten Achtung der Menschenrechte wahrnehmen.

Public Eye, Dinerstrasse 12, Postfach, 8021 Zürich  
Tel. +41 (0)44 2 777 999, [kontakt@publiceye.ch](mailto:kontakt@publiceye.ch), Spendenkonto 80-8885-4

[publiceye.ch](https://publiceye.ch)

[@publiceye\\_ch](https://twitter.com/publiceye_ch) [@publiceye.ch](https://facebook.com/publiceye.ch) [@publiceye\\_ch](https://instagram.com/publiceye_ch)



Globale  
Gerechtigkeit  
beginnt bei uns

**Public Eye**

Globale  
Gerechtigkeit  
beginnt bei uns

**Public Eye**



**GAS/ECR/ICR**

nicht frankieren  
ne pas affranchir  
non affrancare

50167757  
000001



**Public Eye**  
Postfach 1317  
8021 Zürich

Globale  
Gerechtigkeit  
beginnt bei uns

**Public Eye**



**GAS/ECR/ICR**

nicht frankieren  
ne pas affranchir  
non affrancare

50167757  
000001



**Public Eye**  
Postfach 1317  
8021 Zürich

### Ich möchte mehr über Public Eye erfahren

- Ich bestelle ein Probe-Abonnement und erhalte kostenlos drei Ausgaben des Public Eye Magazins.

### Ich möchte mich für eine gerechtere Welt engagieren

- Als Mitglied von Public Eye (CHF 75.- /Jahr – inkl. Abonnement Magazin)
- Als Jugend-Mitglied (in Ausbildung und/oder jünger als 27 Jahre, CHF 30.- /Jahr)
- Als Freiwillige\*r in einer Regionalgruppe – bitte kontaktieren Sie mich.

Frau  Herr  neutral

Jahrgang (bei Jugendmitgliedschaft)

Vorname

Name

Strasse/Nr.

PLZ/Ort

E-Mail

Telefon

MAG36D

### Ich unterzeichne den Appell «Unbox Fair Fashion»

Frau  Herr  neutral

Vorname

Name

Strasse/Nr.

PLZ/Ort

E-Mail

Unterschrift

Frau  Herr  neutral

Vorname

Name

Strasse/Nr.

PLZ/Ort

E-Mail

Unterschrift

Mehr Informationen unter: [publiceye.ch/unboxfairfashion](http://publiceye.ch/unboxfairfashion)  
Bitte schicken Sie uns diese Karte bis am **31. August** zurück. **Danke!**  
Gerne informieren wir Sie über die Ergebnisse der Kampagne.

MAG36D