

Kritische Thesen – Clevere Antworten



Kritische These

„Wir müssen immer das günstigste

Angebot annehmen und dürfen keine anderen Kriterien beachten, schließlich geben wir Steuergelder aus!“



Clevere Antwort

„Das stimmt nicht. Soziale und ökologische Kriterien sind rechtlich gleichberechtigt zu anderen Anforderungen in der Beschaffung. Sie können in allen Vergabearten, also sowohl beim Direktkauf und der freihändigen Vergabe als auch bei Ausschreibungen für alle sensiblen Produkte eingefordert werden.“



Kritische These

„Nachhaltige Produkte sind viel zu teuer.

Selbst wenn wir wollten, könnten wir sie uns nicht leisten.“



Clevere Antwort

„Wenn man über den Einkaufspreis auch die Qualität, Lebensdauer oder die Entsorgungskosten betrachtet, sind nachhaltige Produkte oft sogar günstiger. Für die Wirtschaftlichkeit entscheidender ist die Bündelung beim Einkauf, also selten große Mengen einzukaufen, anstatt sehr häufig kleine.“



Kritische These

„Faire Beschaffung ist vielleicht möglich, aber

viel zu komplex. Der bürokratische Aufwand ist personell bei uns nicht zu stemmen.“



Clevere Antwort

„Zugegeben, dass Vergaberecht ist an manchen Stellen komplex. Aber zum einen gibt es viele gute Unterstützungsangebote wie den Kompass Nachhaltigkeit und zum anderen gilt auch hier: Wer gebündelt einkauft, z.B. über einen zentraler Einkaufskatalog, hat deutlich weniger Aufwand. Zudem wird es erst bei Ausschreibungen, also im Oberschwellenbereich etwas komplizierter. Unterhalb davon, also im Unterschwellenbereich, ist der bürokratische Aufwand sehr gering.“



Kritische These

„Die Verantwortung für soziale und öko-

logische Kriterien **sollte bei den Unternehmen liegen** und nicht bei uns.“



Clevere Antwort

„Prinzipiell ja, deshalb setzten wir uns als Weltladen ja auch schon sehr lange für ein starkes Lieferkettengesetz ein. Bis heute gibt es aber leider Unternehmen, die einen maximalen Profit wollen, egal auf wessen Kosten. Und anstatt diese Unternehmen mit Steuergeldern zu unterstützen, kann man eben auch Unternehmen fördern, die faire und nachhaltige Produkte anbieten. So schafft man Anreize und wird der eigenen globalen Verantwortung gerecht.“