

Inhaltliche Aufarbeitung der Bildungsreihe von la tienda e. V. zum Thema

Einführung in den Fairen Handel

Aufbau des Artikels

- Was ist der Faire Handel?
- Zahlen und Fakten
- Der faire Preis
- Produzenten
- Importeure
- Die Weltläden
- Siegelorganisation
- Ziele des Fairen Handels

Was ist der Faire Handel?

„Fairer Handel ist eine Handelspartnerschaft, die auf **Dialog**, **Transparenz** und **Respekt** beruht und nach mehr **Gerechtigkeit** im internationalen Handel strebt.“

(Gemeinsame inhaltliche Grundlagen der europäischen Fair-Handels-Bewegung, FINE)

Durch bessere Handelsbedingungen und die Sicherung sozialer Rechte für benachteiligte ProduzentInnen und ArbeiterInnen – insbesondere in den Ländern des Südens – leistet der Faire Handel einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung.

Fair-Handels-Organisationen engagieren sich (gemeinsam mit VerbraucherInnen) für die Unterstützung der ProduzentInnen, die Bewusstseinsbildung sowie die Kampagnenarbeit zur Veränderung der Regeln und der Praxis des konventionellen Welthandels.

Warum Fairer Handel?

Bauernfamilien und Plantagenangestellte in den so genannten Entwicklungsländern leben unter dem Druck des Weltmarktes, der schwankenden Preise und des ausbeuterischen lokalen Zwischenhandels. Die Folgen reichen von Verschuldung über Arbeitslosigkeit bis zu Verelendung. Alternativen zur angestammten Produktion gibt es häufig nur wenige und diese beinhalten leider auch Drogenanbau, Prostitution, ausbeuterische Kinderarbeit, Flucht in die Elendsviertel der Großstädte oder Emigration. Fairtrade bietet über einer Million Menschen einen Ausweg aus dieser Abwärtsspirale: Bauern in Afrika, Lateinamerika und Asien erhalten durch Fairtrade-Standards die Möglichkeit, ihre Dörfer und Familien aus eigener Kraft zu stärken und ihre Lebens- und Arbeitsbedingungen nachhaltig zu verbessern. Fairtrade-Kleinbauern und -ArbeiterInnen erhalten eine Stimme, werden wahrgenommen und treffen selbstbestimmte Entscheidungen.

Fairtrade stärkt die beteiligten Menschen im Süden, bietet bessere und mehr Möglichkeiten für Frauen und Männer. Rund 1,2 Mio Menschen in Lateinamerika, Afrika und Asien sind in das Fairtrade-System eingebunden. Mit den Familienangehörigen profitieren über 6 Mio Menschen direkt vom Fairen Handel mit Fairtradesiegel.

„Wenn Ihr uns gerechte Preise zahlt, könnt Ihr Eure Almosen behalten“

(Dom Helder Camara, bras. Bischof)

Zahlen und Fakten

Die Geschichte des Fairen Handels in Deutschland:

- Ende 60er/Anfang 70er „Hungermärsche“, politisierte Bewegung
- 1975 Gründung der GEPA und des Weltladen-Dachverbands
- 1978 Aktion „Jute statt Plastik“
- 1980 „Kaffee aus Nicaragua“
- 1992 Gründung von TransFair e.V., Ausweitung des Fairen Handels in die Supermärkte
- 2001 erste Faire Woche aller deutschen Fair-Handels-Akteure
- 2002 Gründung des Forums Fairer Handel
- 2010 800 Weltläden und 5.000 Aktionsgruppen in Deutschland. In 30.000 Supermärkten sind fair gehandelte Produkte erhältlich.

Umsatz in Deutschland: ca. 320 Mio. €

Ziele des Fairen Handels

- Verbesserung der Lebenssituation der ProduzentInnen
- Förderung der Entwicklungsmöglichkeiten für benachteiligte ProduzentInnen
- Verbesserung der Welthandelsbedingungen
- Stärkung des Bewusstseins bei den KonsumentInnen.

Der faire Preis

Fairtradezertifizierte Bauern-Kooperativen und Plantagen erhalten für ihre Produkte ein stabiles Einkommen. Ein fairer Preis deckt die Produktionskosten und die Lebenserhaltungskosten des

Produzenten ab. Dadurch kann außerdem die Weiterentwicklung und Verbesserung des Anbaus und der Produktion gefördert werden. Die Zahlung erfolgt durch feste Mindestpreise, die über dem Weltmarktniveau liegen (s.Diagramm nächste Seite).

Die Handelsbeziehungen werden langfristig und so direkt wie möglich aufgezogen. Vorauszahlungen sowie Beratung sind im Fairen Handel wichtige Bausteine, um die demokratische Selbstorganisation der Produzenten zu fördern. Auch die Umstellung auf Ökoanbau (mit Preisaufschlag) wird im Fairen Handel unterstützt.

Fairtrade beinhaltet als einziges Sozial-Siegel eine verbindlich festgelegte Fairtrade-Prämie für Gemeinschaftsprojekte. Die Prämie fließt direkt von jedem Einkauf auf ein separates Prämienkonto der jeweiligen Produzentenorganisation oder der Plantage. Kleinbauern und ArbeiterInnen entscheiden selbständig und demokratisch darüber, welche Projekte sie mit der Prämie realisieren. Dies können zum Beispiel der Bau von Trinkwasserbrunnen und Schulen, Umstellung auf biologischen Anbau oder subventionierte Arztbesuche sein.

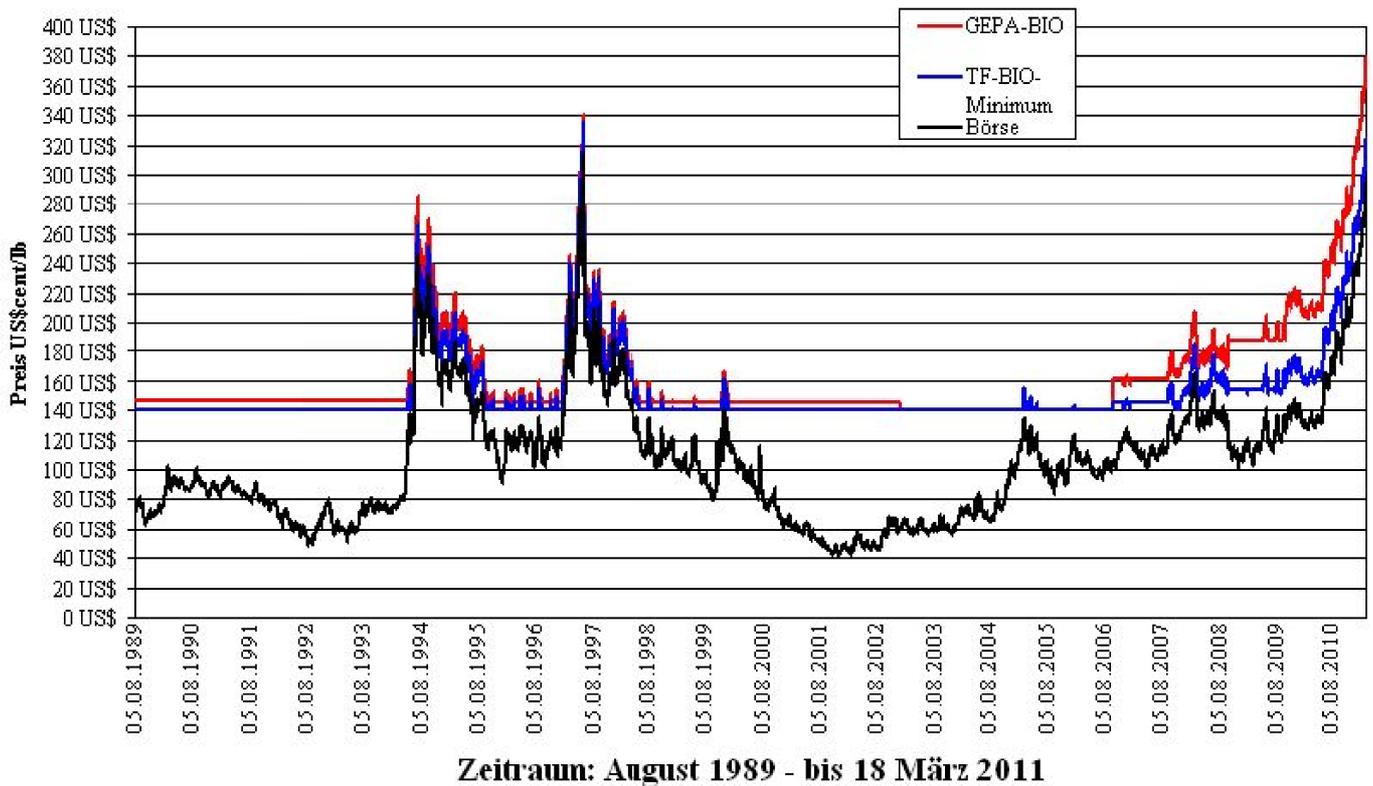
Produzenten

Kleinbäuerliche Familien in der Landwirtschaft und in der handwerklichen Produktion gehören zu den Hauptproduzenten des Fairen Handels. Sie schließen sich meist in sogenannte Kooperativen bzw. Genossenschaften zusammen.

Bei einigen Plantagenprodukten wie z. B. Tee, Blumen und Orangen arbeitet der Faire Handel mit Plantagen und dem dort beschäftigten Pflücker zusammen.

Das Projekt wird gefördert durch die Stiftung Umwelt und Entwicklung NRW und das Bistum Münster

Vergleich Börse New York mit GEPA Einkaufspreis für Arabica-Kaffee



Importeure

Die größten Fair-Handels-Importeure Deutschlands sind

- **GEPA - The Fair Trade Company** (Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der dritten Welt GmbH) arbeitet als größte europäische Fair-Handels-Organisation mit über 160 Genossenschaften, Privatbetrieben und Organisationen, z.B. EED, Misereor, päpstliches Missionswerk, Brot für die Welt...).



- **EL PUENTE GmbH** („die Brücke“) entstand 1972 aus einem Weltladen heraus und ist eine Organisation des partnerschaftlichen Handels.



- **dwp eG** (dritte-welt-partner GmbH) besteht seit 1988 und entstand ebenfalls durch einen Weltladen.



- **BanaFair e.V.** besteht seit 1986 und importiert und vertreibt Bananen von KleinproduzentInnen, die ihre Früchte unabhängig von multinationalen Konzernen produzieren und vermarkten.



Während EL PUENTE und dwp ausschließlich ihren Verkaufsschwerpunkt in den Weltläden haben, verkaufen GEPA und BanaFair e.V. ihre Produkte u.a. auch an Supermärkte.
Weltläden

Ca. 800 Weltläden und 5000 Aktionsgruppen engagieren sich in Deutschland für den Fairen Handel. Einige Weltläden haben sich unter dem Weltladen-Dachverband zusammengeschlossen und für sich Konventionen aufgestellt:

- 1) Sozial- und Umweltverträglichkeit
- 2) Transparenz
- 3) demokratische Strukturen
- 4) not-for-Profit
- 5) Informations- und Bildungsarbeit
- 6) Kontinuität (langfristige Handelsbeziehungen)

Siegelorganisation

Um den Fairen Handel auf den Lebensmittel Einzelhandel auszuweiten, wurde 1992 das TransFair-Siegel ins Leben gerufen. Vergeben wird das Siegel in Deutschland von TransFair e. V. Getragen wird der gemeinnützige Verein von rund 40 Mitgliedern zu denen kirchliche und politische Institutionen gehören. Hauptziel des unabhängigen Vereins ist die Förderung und Verbesserung der Lebensbedingungen von benachteiligten ProduzentInnen in Afrika, Asien und Lateinamerika.

Mit Produkten wie Kaffee, Tee und Kakao fängt alles einmal an. Heute finden KundInnen das Siegel auch auf Obst, Trockenfrüchten, Nüssen, Säften, Gewürzen, Honig, Reis, Wein, Quinoa-Produkten, Zucker und Süßwaren, Rosen, Baumwollprodukten und Sportbällen. Es gibt keine Handwerksprodukte mit Siegel (s. Kapitel Siegel und Label im Fairen Handel).

Knapp die Hälfte der BundesbürgerInnen kennen das Fairtrade-Siegel. In den ver-

gangenen Jahren haben immer mehr Produkte mit diesem Zeichen Einzug in die Supermarktregale gehalten. Von dem weltweiten Handel mit Fairtrade gesiegelten Produkten profitieren in 59 Ländern über 1,6 Millionen BäuerInnen und ArbeiterInnen in insgesamt rund 720 Bauernkooperativen und Plantagen.

Das Siegel garantiert, dass diese Produkte unter Einhaltung der internationalen Fairtrade- Standards hergestellt und gehandelt wurden. Die Standards werden von FLO (Fair Trade Labelling Organizations International) festgelegt, der internationalen Dachorganisation der 20 nationalen Siegelinitiativen.

Was genau beinhalten die Fairtrade-Standards?

Für die Produzentenorganisationen, die Plantagen und Fabriken sowie die Händler gelten jeweils spezifische Produktstandards:

KleinproduzentInnen müssen sich in einer Organisation zusammenschließen, die insbesondere demokratische Teilhabe, Transparenz und Nichtdiskriminierung einzelner Mitglieder oder sozialer Gruppen sicherstellt.

Von **Plantagen und Firmen** wird unter anderem verlangt, dass sie ihren ArbeiterInnen soziale Rechte und Sicherung bieten (z.B. Weiterbildungsmöglichkeiten, keine Kinder- oder Zwangsarbeit, Organisationsfreiheit, Arbeitsbedingungen gemäß den gesetzlichen Bestimmungen, Einhaltung von Sicherheits- und Hygienestandards ...).

Darüber hinaus müssen alle ProduzentInnen die Einhaltung von Umweltstandards nachweisen (u.a. minimaler und sicherer Einsatz von Agrochemikalien, sauberes Abfall- und Wassermanagement,

Erhalt der Bodenfruchtbarkeit, Verzicht auf gentechnisch verändertes Saatgut).

Nur wer diese Standards erfüllt, wird ins FLO-Produzentenregister aufgenommen.

Die **Händler**, die von ProduzentInnen aus dem FLO-Register Produkte zu fairen Bedingungen beziehen, müssen

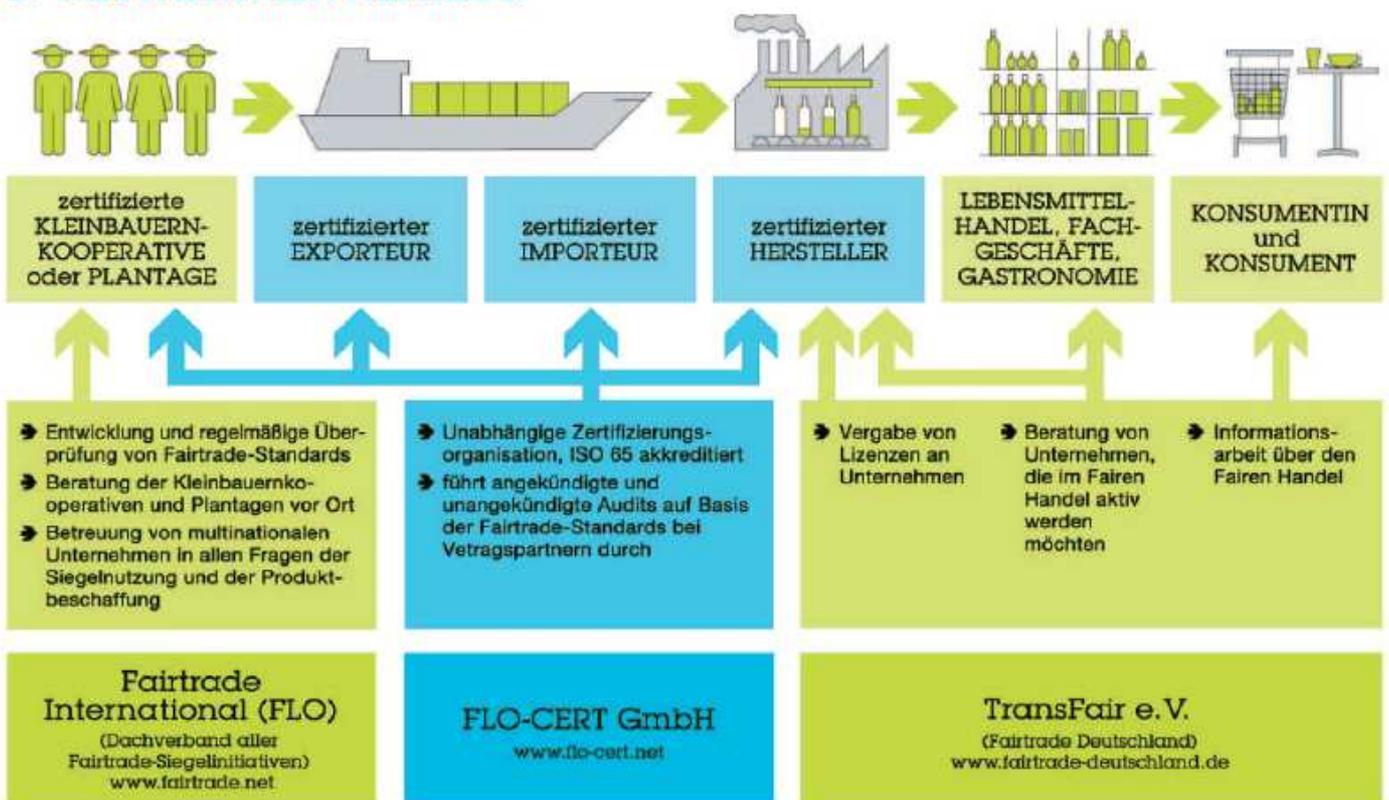
- einen Minimumpreis zahlen, der die Kosten einer nachhaltigen Produktion deckt und vor Preisschwankungen auf dem Weltmarkt schützt,
- eine Fairtrade-Prämie zahlen, die es den ProduzentInnen erlaubt, in die zukünftige Entwicklung und die Verbesserung der Situation in den lokalen Gemeinschaften zu investieren. Über die konkrete Verwendung entscheiden die BäuerInnen sowie die ArbeiterInnen in einem demokratischen und transparenten Prozess selbst,
- bei ökologisch angebauten Produkten einen Bio-Aufschlag zahlen,

- Handelsbeziehungen gewährleisten, die den ProduzentInnen eine langfristige Planung und nachhaltige Anbaupraktiken erlauben,
- Vorfinanzierung der Ernten bereitstellen, wenn dies von den ProduzentInnen gewünscht wird.

Wie wird kontrolliert?

Die unabhängige Zertifizierungsgesellschaft FLOCERT GmbH prüft bei regelmäßigen Inspektionen die Einhaltung der Standards bei den ProduzentInnen. Diese Kontrollbesuche sind Grundlage der Zertifizierung. In einem Auditsystem, das auch alle anderen Akteure der Handelskette einschließt, wird sicher gestellt, dass das von den VerbraucherInnen gekaufte Fairtrade-gesiegelte Produkt tatsächlich von einem zertifizierten Produzenten stammt und zu fairen Bedingungen gehandelt wurde (siehe Diagramm).

B. WIE FUNKTIONIERT FAIRTRADE?



Quellenangaben

- www.fairtrade.de
- www.fair4you-online.de
- www.gepa.de
- www.forum-fairer-handel.de
- www.fairtrade-deutschland.de
- Forum Fairer Handel e.V. (Hrsg.), (2008): 100% fair. Der Faire Handel in Deutschland. Grundsätze. Wirkungen. Akteure. Agenturdirekt druck+medien gmbh, Hannover

Bildnachweise

- www.gepa.de (Kaffeemarktpreis, gepa-
logo)
- www.dwp-rv.de (dwp-Logo)
- www.elpuente.de (el puente-Logo)
- www.banafair.de (banafair-Logo)
- www.fairtrade-deutschland.de (Wie
funktioniert Fairtrade?)

Bei dem vorliegenden Text handelt es sich um eine Übersicht zu einem im Rahmen unserer monatlichen Bildungsreihe behandelten Thema. Die Inhalte entsprechen überwiegend den angegebenen Quellen und orientieren sich strukturell zum großen Teil an den stattgefundenen Vorträgen.

Informationen über das Projekt „Fair handeln – global und lokal“ und die gleichnamige Bildungsreihe finden Sie unter www.latienda-weltladen.de. Das Projekt wird finanziell unterstützt durch die Stiftung Umwelt und Entwicklung NRW und das Bistum Münster.

