

Fairer Handel

Offizielle Definition des fairen Handels der internationalen Dachorganisationen des fairen Handels (WFTO):

„Fairer Handel ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht und nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel strebt. Durch bessere Handelsbedingungen und die Sicherung sozialer Rechte für benachteiligte ProduzentInnen und ArbeiterInnen – insbesondere in den Ländern des [globalen] 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.“

Mindestkriterien des fairen Handels:

- Zahlung eines Mindestpreises für das Produkt. Bei höheren Weltmarktpreisen wird der höhere Preis gezahlt.
- Zahlung einer Prämie, die in lokale Projekte investiert werden soll (z. B. Bau einer Schule, Krankenstation, Anschaffung eines LKW zum Transport der Waren etc.)
- Einhaltung der internationalen Arbeitsrechte und -standards nach ILO (Arbeitszeit, Sicherheit, Löhne, keine ausbeuterische Kinderarbeit etc.)
- direkter Handel mit Produzenten ohne Zwischenhändler
- teilweise Vorfinanzierung der Ernte
- langfristige Handelsbeziehungen



Die Produkte für den fairen Handel werden für den Verbraucher vor allem durch Siegel gekennzeichnet.

Herkunft der Siegel

Die erste Siegelinitiative „Max Havelaar“ wurde 1988 von der niederländischen Nichtregierungsorganisation Solidaridad gegründet und war ursprünglich nur für Kaffee gedacht. 1992 wurde dann auch die erste Siegelorganisation Deutschlands (TransFair) gegründet. Vorausgegangen war ein regelrechter Boom von Produkten aus fairem Handel. Mithilfe der Siegel sollten fair gehandelte Produkte Einzug in den Supermarkt halten und auch als solche erkennbar sein.

Bedeutung der Siegel

Die Siegel des fairen Handels dienen der Kennzeichnung von Produkten, um vom Verbraucher als solche erkannt zu werden, und sollen ihn bei seiner Kaufentscheidung unterstützen. Ein wesentliches Problem dabei ist jedoch, dass „fair“ kein rechtlich geschützter Begriff ist und von Unternehmen somit unterschiedlich ausgelegt werden kann. Ein Siegel, welches man nicht mit dem Markenzeichen eines Unternehmens verwechseln sollte, steht daher für die unabhängige Kontrolle von Produkten durch Dritte.

Fairer Handel

Historische Hintergründe

Die historischen Ursachen des unfairen Handels sind hauptsächlich auf den Kolonialismus zurückzuführen.

Als Kakao bei den Europäern bekannt und in größeren Mengen aus Mittelamerika importiert wurde, entstanden die ersten kolonialen Plantagen in Amerika. Die grausame Kolonialherrschaft und eingeschleppte Krankheiten reduzierten die lokale Bevölkerung in den Anbauländern stark. Um weiterhin billige Arbeitskräfte zu haben, brachten europäische Staaten afrikanische Sklaven im 16. und 17. Jahrhundert zur Kakaoproduktion in ihre amerikanischen Kolonien. Als die Nachfrage nach Kakao im 19. Jahrhundert enorm wuchs, wurde der Kakaoanbau in den westafrikanischen Kolonien gestartet und ausgebaut. Die Arbeitsbedingungen glichen jedoch denen in den amerikanischen Kolonien.

Strukturelle Hintergründe

Es gibt viele strukturelle Ursachen des unfairen Handels. Am Beispiel Kakao ist die Verteilung der Machtstrukturen deutlich zu erkennen. Da Entwicklungsländer auf den Verkauf ihrer Rohstoffe an Industrieländer bzw. Verarbeitungsstätten des Kakaos angewiesen sind und konkurrenzfähig bleiben müssen, können die Industrieländer die Preise niedrig halten. Der Rohstoff Kakao wird in den Industrieländern verarbeitet und zu viel höheren Preisen als fertiges Produkt verkauft. Die Hauptverdiener dabei sind die Schokoladenhersteller und der Einzelhandel. Häufig verdienen selbst die Zwischenhändler mehr als die Kleinbauern, die die meiste Arbeit mit dem Anbau des Produkts haben. Ein weiteres Problem ist, dass nur wenige Großunternehmen etwa 80 % des weltweiten Kakaohandels kontrollieren (absolute Monopolposition von wenigen Unternehmen). Somit sind weltweit rund 5,5 Millionen Kakaobauern von nur wenigen Großunternehmen abhängig. Zudem unterliegt der Weltmarktpreis für Kakao an der Börse starken Schwankungen. Die Handelsketten sind oft undurchsichtig und Zollbeschränkungen der Industrieländer verhindern bzw. erschweren oft, dass sich eine eigene Schokoladenindustrie in den Anbauländern entwickeln kann. So sind die Einfuhrzölle, die beim Import von Kakao(-Produkten) nach Europa erhoben werden, vom Verarbeitungszustand des Kakaos abhängig. Der Import von unverarbeitetem Kakao unterliegt oft keinen Zollbestimmungen. Bei der Einfuhr von Schokoladenprodukten muss aber ein Einfuhrzoll von bis zu 30,6 % des Warenwertes bezahlt werden.



Die Notwendigkeit des fairen Handels ist unabdingbar, da er die Situation der Kleinbauern und Produzentenfamilien in Entwicklungsländern verbessern kann. Die harte Arbeit der Kleinbauern sollte angemessen entlohnt werden, so dass sie ihre Familien davon ernähren können. Viele Kleinbauern leben unterhalb der Armutsgrenze. Durch den fairen Handel haben die Familien eine Chance, aus dieser Abwärtsspirale auszustiegen.

Fairer Handel

Diesen **Überblick über die gängigsten Siegel** finden Sie auch in dem Flyer „Verbrauchertipps zu Schokolade“ von OroVerde.



Bei der **integrierten Lieferkette** entspricht die komplette Handelskette für alle Produkte eines Unternehmens den Kriterien des fairen Handels. Solche Anbieter produzieren ausschließlich und zu 100 % fair gehandelte und keine konventionellen Produkte.



Die World Fair Trade Organization

ist eine Dachorganisation für Firmen, deren Handelskette komplett den Kriterien des fairen Handels entspricht. Alle Produkte dieser Anbieter sind zu 100 % fair – vom Rohstoff bis zum Endprodukt.



Ein **neues Siegel von Fairtrade** erlaubt den Produzenten, sich auf einen Rohstoff im Produkt zu konzentrieren. Hier müssen ebenfalls alle sozialen Kriterien eingehalten werden, jedoch nur der besagte Rohstoff zu 100 % fair gehandelt sein. So kann z. B. eine Schokoladentafel mit 15%igem Kakaoanteil auch dieses Siegel erhalten, obwohl alle anderen Zutaten nicht fair gehandelt sind.



Die **Produktzertifizierung** bezieht sich nur auf ein spezielles Produkt. Ein Unternehmen kann somit faire und nicht faire Produkte in seinem Sortiment haben. Hier wird vor allem die Produktion des Rohstoffes (z.B. der Kakaoanbau) zertifiziert und nicht die Weiterverarbeitung zur Schokolade. Diese Zertifizierung läuft über einen Lizenzvertrag und das Siegel wird von unabhängigen Organisationen wie z. B. TransFair e. V. oder Naturland Fair vergeben.



Folgende Siegel sagen wenig über soziale Standards aus. Beide Siegel konzentrieren sich auf ökologische und wirtschaftliche Kriterien.

UTZ Certified bemüht sich um Nachhaltigkeit, zertifiziert aber auch Großplantagen. Die Kriterien erreichen zudem nicht die Bio-Standards und erlauben eingeschränkten Pestizideinsatz und Gentechnik. Soziale Kriterien wie Mindestpreise für Rohstoffe oder Prämien finden hier keine Anwendung.



Auch das Siegel der **Rainforest Alliance** legt den Fokus auf ökologische Kriterien, die Bio-Standards werden jedoch nicht erreicht und ein eingeschränkter Pestizideinsatz ist erlaubt. Soziale Kriterien finden auch hier keine Anwendung.

