



Li.: Kaffee gehört zu den wichtigsten Welthandelsgütern;
u.: Max Havelaar war 1988 das erste Fairtrade-Siegel



(UN)FAIRER HANDEL?

Gerechte Bezahlung, gute Arbeitsbedingungen, niedrige Preise – dafür sollen Fairtrade-Siegel eintreten. Die aber werden mehr und mehr zum Marketingwerkzeug. Wie „fair“ ist der faire Handel noch?

ARTE THEMENABEND

**DER FAIRE HANDEL
AUF DEM PRÜFSTAND**
Dienstag · 6.8. · 21.45

Mehr Informationen
zur Ausstrahlung unter
future.arte.tv

Die Szene wirkt wie ein Bilderbuch-Idyll: Die tansanische Bäuerin Glory Miaka erntet Kaffeeirschen an den Hängen des Kilimandscharo, ihre Tochter sitzt in Schuluniform auf der Terrasse, hinter Weidezäunen meckern Ziegen. Die Bilder stammen aus einem Video der Handelsorganisation Gepa, Europas größtem Importeur fair gehandelter Lebensmittel und Handwerksprodukte. „Seit ich im Fairhandelsprogramm der Genossenschaft bin, bringen mir meine Kaffeebohnen endlich genug ein“, sagt Miaka. Für jedes Kaffeepfund zahlt die Gepa mindestens 1,40 US-Dollar oder gegebenenfalls den höheren Weltmarktpreis. Hinzu kommt eine Bioprämie, falls die Produzenten sich für ökologischen Anbau entscheiden, eine Entwicklungsprämie, mit der Schulen und Infrastruktur in der Region finanziert werden, sowie Investitionsvorschüsse. Das größte Verdienst von Fairtrade ist, Produzenten wie Glory Miaka vor den Preisschwankungen an den Kaffeebörsen in New York oder London zu schützen. Das Leben der meisten der weltweit 25 Millionen Kaffeebauern und -pflücker, die nicht

im Fairtrade-System sind, sieht anders aus: Wenn die Preise an der Börse einbrechen, stürzen die Produzenten in Armut – ganz gleich, wie fleißig sie pflanzen, ernten, schälen und rösten.

„Eure Almosen könnt ihr behalten, wenn ihr gerechte Preise bezahlt“: Diesen Ausspruch des brasilianischen Befreiungstheologen Dom Hélder Câmara machten sich die Pioniere der Fairtrade-Bewegung zum Leitmotiv. Ab 1946 entstanden erste Fairhandelsinitiativen bei den US-amerikanischen Mennoniten, die britische Nichtregierungsorganisation Oxfam setzte sich ab 1965 für gerechtere Handelsstrukturen ein und niederländische Kapitalismuskritiker wendeten sich dem Thema ab 1967 zu. Alle Vorreiter hatten dieselben Forderungen: Produzenten aus Entwicklungsländern sollten gerechte Bezahlung und faire Arbeitsbedingungen erhalten, die Herstellungsprozesse sollten transparenter gestaltet und den Konsumenten eine umweltfreundliche Produktion garantiert werden. Sogar die Vereinten Nationen nahmen den Slogan „Trade, Not Aid“ (Handel statt Hilfe) in ihre politische Agenda auf, doch die Forderung verhallte. Die Idee des fairen Handels wurde vor allem auf lokaler Ebene vorangetrieben.

Von der Nische zum Mainstream. In Deutschland lebte die Bewegung in den 70er Jahren in 6.000 Aktionsgruppen und Weltläden auf. Vor allem im dörflichen Milieu, wo das christliche Menschenbild verwurzelt und das Angebot in den Supermärkten beschränkt war, fand das Fairhandelssystem Zuspruch. Doch erst die Einführung von Gütesiegeln ermöglichte es, die Produkte in Supermärkten zu verkaufen und dort größere Kundengruppen zu erreichen. Der holländische Arbeiterpriester

ARTE PLUS

DAS SYSTEM DES FAIREN HANDELS

Seit 1997 gibt der Dachverband Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) weltweit einheitliche Standards vor, nach denen nationale Lizenzgeber Siegel für Produkte von Importeuren, wie beispielsweise Gepa, El Puente oder dwp, verleihen dürfen. 17 europäische Länder haben sich auf ein Logo geeinigt, das sich nur im Namen unterscheidet: In Deutschland und Österreich heißt es Fairtrade, in Frankreich und den Niederlanden Max Havelaar. Davon zu unterscheiden sind private Siegelinitiativen wie Rainforest Alliance, 4C oder Hand in Hand

LINKS

www.fairtrade.de
www.weltdaden.de



O. li.: Heute gibt es unzählige Zeichen und Labels, mit unterschiedlich strengen Kriterien; o. re.: Wer profitiert wirklich vom fairen Handel?

Frans van der Hoff machte 1988 den Anfang. Mit seinem Siegel Max Havelaar, benannt nach einem kolonialismuskritischen niederländischen Roman von Eduard Douwes Dekker, brachte er den Kaffee verarmter mexikanischer Bauern in holländische Discounter. Andere folgten, zum Beispiel das Siegel für fair gehandelte Bananen, das die US-amerikanische Organisation Rainforest Alliance seit 1991 vergibt. Der Weg in den Mainstream war damit eröffnet – und die Diskussion entbrannt.

Verloren im Zeichenschwung. Der internationale Dachverband Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) legt seit 1997 für die nationalen Lizenzgeber verbindliche Standards fest. Der deutsche Lizenzgeber ist der Verein TransFair, der das Siegel Fairtrade vergibt und für jede Verwendung eine Gebühr erhebt. Die Branche boomt: Nach Angaben des Vereins verdoppelt sich der Umsatz mit fair gehandelten Produkten

in Deutschland derzeit alle drei Jahre – 2012 waren es 533 Millionen Euro. Vorstand Volkmar Lübke sieht sich auf dem richtigen Weg: „Erst durch relevante Absätze können die Produzentenorganisationen umfangreich vom fairen Handel, den Mindestpreisen und Prämien profitieren.“ Profit machen aber auch die Supermärkte, die die Kosten des Fairhandelssystems nicht mittragen – aber für fair gehandelte Ware höhere Gewinnmargen veranschlagen als bei herkömmlichen

Produkten. Auf Druck der Supermärkte hat FLO zudem die Kriterien aufgeweicht. Zum Beispiel müssen in Mischprodukten nur noch 20 statt wie zuvor 50 Prozent der Inhaltsstoffe fair gehandelt sein. Bananen mit dem Siegel Fairtrade dürfen nun auch von Großplantagen stammen statt ausschließlich von Kleinbauern. Und wie im ARTE-Dokumentarfilm zu sehen ist, beschäftigen manche Besitzer von Fairtrade-Plantagen, wie etwa in der Dominikanischen Republik, Arbeiter ohne Papiere unter fragwürdigen Bedingungen. Unabhängige Kontrollen der Fairtrade-Kriterien sind rar.

Immer mehr langjährige Importeure distanzieren sich daher in der letzten Zeit vom Siegel Fairtrade. Die Gepa hat es von den meisten ihrer Waren entfernt und durch ein „Fair plus“-Zeichen ersetzt. Andere Importeure ziehen nach – jeder mit eigenem Symbol und eigenen Kriterien. Wie der Kunde sich in diesem Zeichenwald orientieren soll, sagen sie nicht. ■ CHRISTINA FELSCHEN

FOTO: MICHAEL LOEWEN/LAIF (D)

Gleichklang ist seit 2006 die Alternative für eine erfolgreiche Partner- und Freundschaftssuche für Menschen mit hohem Interesse an Bildung, Kultur, Umwelt und Politik.

Hohe Effektivität und sehr hohe Erfolgsaussichten:

- ➔ Vermittlung nach Passung der Lebensstile und Beziehungswünsche
- ➔ 100% echte Profile und ernsthaft interessierte Mitglieder durch Kostenpflicht
- ➔ Außerordentlich faire Gebühren: NUR 48,- € für ein Jahr!

Niemand muss Single bleiben - jeder kann Freunde finden!

Bringen Sie auch Ihren Freunden Glück und erzählen Sie von Gleichklang. Oder überraschen Sie sie mit einem Gleichklang-Geschenkgutschein:

Gleichklang-Shop.de

Seien Sie jetzt dabei:

Gleichklang.de

