

Begleitmaterial Fairer Handel

Folie 1:

:Was ist eigentlich fair am Fairen Handel?

Der Faire Handel schafft Bedingungen für ein menschenwürdiges Leben in der „Dritten Welt“. Denn auf dem Weltmarkt sind Kleinbauern und -produzenten in den Entwicklungsländern besonders benachteiligt. Ihre Produktionsmengen sind zu klein, um direkt mit den Importeuren aus den Industriestaaten zu verhandeln. Deshalb sind sie von Zwischenhändlern abhängig, die ihre Produkte zu Dumpingpreisen abnehmen. Vom tatsächlichen Weltmarktpreis erhalten die Erzeuger daher nur einen Bruchteil mit dem sie oft weder ihre Produktions- noch Lebenshaltungskosten abdecken können.

Der Faire Handel fördert den Zusammenschluss von Kleinproduzenten zu Kooperativen, die groß genug sind, um direkt mit den Importeuren zu verhandeln. So kann sich eine Kooperative eher einen Lkw leisten als eine einzelne Bauernfamilie, um beispielsweise ihren Kaffee zum nächsten Handelsplatz zu transportieren.

Über den Fairen Handel erhalten die Erzeugerkooperativen direkt von den Importeuren einen garantierten Mindestpreis für ihre Produkte, der über dem Weltmarktniveau liegt. Dieser Preis deckt ihre Produktionskosten und die Löhne für die Arbeiter ab. Zusätzlich bekommen sie einen Fairtrade-Aufschlag, um in ihre wirtschaftliche und soziale Zukunft zu investieren. Damit werden beispielsweise neue Maschinen gekauft, Schulen und Trinkwasserbrunnen gebaut oder in die Altersversorgung der Mitglieder investiert. Über die Verwendung des Geldes stimmen die Mitglieder der Kooperative demokratisch ab. Illegale Kinderarbeit ist verboten.

Folie 2

:Was gibt es aus dem Fairen Handel zu kaufen?

Die Produktpalette des Fairen Handels ist vielfältig und wird entsprechend der Nachfragesituation in den Industrienationen ständig erweitert. So gibt es neben fair gehandeltem Filterkaffee – gemahlen oder als ganze Bohne – mittlerweile auch verschiedene Espresso-Sorten sowie Instantkaffee. Teetrinker können zwischen mehr als 30 Sorten wählen – darunter Trendprodukte wie Grün- und Roibuschtee.

Weniger bekannt ist, dass auch verschiedene asiatische Reissorten, Hirsenudeln sowie Nüsse und Trockenfrüchte aus Fairem Handel angeboten werden. Das Angebot reicht von Bananenchips über getrocknete Mangos und Papayas bis hin zu Rosinen. Der Faire Handel mit diesen Lebensmitteln unterstützt vor allem die Frauen in den Entwicklungsländern. Sie sind oft für den Anbau der Grundnahrungsmittel zuständig und können sich durch den Verkauf ihrer Produkte eine gewisse Unabhängigkeit sichern. Darüber hinaus gibt es auch eine große Auswahl fair gehandelter Süßigkeiten wie Schokolade, Gebäck, Pralinen, Bonbons und Gummibärchen.

Außer Lebensmitteln gibt es zum Beispiel auch kunsthandwerkliche Erzeugnisse, Spielzeug, Blumen, Bälle, Textilien und Teppiche aus Fairem Handel.

Folie 3

:Wo gibt es fair gehandelte Produkte zu kaufen und wie erkenne ich sie?

Produkte aus dem Fairen Handel sind in mehr als 800 Weltläden sowie im Versand- und Naturkosthandel erhältlich. Auch mehr als 22.000 Supermärkte und die Lebensmittelabteilungen vieler Kaufhäuser bieten inzwischen eine Auswahl an fair gehandelten Produkten an.

Die Fachgeschäfte des Fairen Handels sind die Weltläden. Aus der Überzeugung, dass die Menschen in der „Dritten Welt“ langfristige Unterstützung brauchen, haben unter anderem kirchliche Hilfswerke und Jugendverbände in den 1970er Jahren die ersten Weltläden gegründet. Ziel ist es, gerechte Handelsstrukturen aufzubauen, die es den Erzeugern in den Entwicklungsländern ermöglichen, als gleichberechtigte Handelspartner aufzutreten. In den Weltläden werden nicht nur fair gehandelte Produkte verkauft, zusätzlich wird über die Situation in den Entwicklungsländern informiert.

Erkennbar sind fair gehandelte Produkte am international gültigen Fairtrade-Siegel. Dieses Logo wird weltweit von verschiedenen Initiativen nach strengen Regeln vergeben, die den internationalen Standards im Fairen Handel entsprechen. Für Deutschland und Österreich vergibt die gemeinnützige Organisation TRANSFAIR das Siegel. TRANSFAIR wird von rund 40 Mitgliedsorganisationen aus den Bereichen Entwicklungshilfe, Kirche, Sozialarbeit, Verbraucherschutz, Genossenschaftswesen, Bildung und Umwelt getragen. In den Niederlanden und der Schweiz vergibt die Siegelorganisation Max Havelaar das Zeichen. Für jedes gesiegelte Produkt gibt es spezielle Fairhandelskriterien. Die Einhaltung dieser Standards wird regelmäßig vor Ort kontrolliert.

Verschiedene Firmen haben darüber hinaus mit Erzeugern in den Entwicklungsländern eigene Regeln für den Fairen Handel vereinbart und dementsprechend ein eigenes Firmensiegel entwickelt, mit dem die Produkte gekennzeichnet werden: Das Zeichen „Hand in Hand“ der Rapunzel Naturkost AG steht für fair gehandelte Produkte aus ökologischer Landwirtschaft. Das FAIRKAUF-Siegel der „nur natur GmbH“ (Online-Shop) kennzeichnet kontrollierte Bio-Produkte aus Fairem Handel.

Folie 4

:Wer macht die fair gehandelten Produkte – und auf welche Weise?

Die Hersteller sind Kleinbauern und -produzenten, die sich in Genossenschaften oder Kooperativen zusammengeschlossen haben, sowie Plantagenarbeiter. Um am Fairen Handel teilnehmen zu können, müssen sie bestimmte Kriterien einhalten. So müssen sie allen Beteiligten (Kooperativenmitgliedern oder Plantagenarbeitern) soziale Mindeststandards garantieren. Dazu gehören ein ausreichendes Einkommen, umwelt- und gesundheitsverträgliche Arbeitsbedingungen sowie Mitspracherechte und Gewerkschaftsfreiheit.

Die Mehrerlöse, die durch den Fairen Handel erzielt werden (Fairtrade-Aufschlag), dürfen nur für Gemeinschaftsprojekte verwendet werden. Die Mitglieder der Produzentengruppen stimmen basisdemokratisch über die konkrete Verwendung ab. Dabei haben sie grundsätzlich drei Möglichkeiten:

- Direktauszahlung in Form von höheren Einkünften bzw. Löhnen
- Investition in Sozialprojekte wie Schulen, Apotheken, Stipendien, Trinkwasserbrunnen etc.
- Investition in die Genossenschaft, beispielsweise zur Anschaffung von Traktoren, Computern, neuen Maschinen oder in Weiterbildungsmaßnahmen.

Ob die Mittel entsprechend des demokratischen Beschlusses eingesetzt werden, wird regelmäßig von Inspektoren der Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) kontrolliert und von unabhängigen Wirtschaftsprüfern testiert. Die FLO ist die Dachorganisation aller weltweit tätigen Initiativen, die das international einheitliche Fairtrade-Siegel vergeben.

Außerdem müssen die Erzeuger ökologische Mindeststandards einhalten: Mischkulturen verbessern die Bodenfruchtbarkeit und damit langfristig die Erträge. Der weitgehende Verzicht auf Chemikalien, Pestizide und Düngemittel sorgt für qualitativ höherwertige Produkte und schützt die Gesundheit der Arbeiter und Erzeuger.

Folie 5

:Wer holt die fair gehandelten Produkte in die Industriestaaten?

Das sind faire Handelsgesellschaften und spezialisierte Importeure. Alternative Handelsgesellschaften wie gepa, El Puente und dwp (dritte-welt-partner GmbH) handeln ausschließlich nach den Prinzipien des Fairen Handels. Alle Produkte in ihrem Sortiment sind nach den Kriterien des Fairen Handels hergestellt.

Auch einige herkömmliche Handelsfirmen, wie Kaffeeröstereien oder Teehandelsgesellschaften, haben fair gehandelte Produkte im Sortiment. Sie sind mit einem Siegel der Fairtrade-Siegelinitiativen, beispielsweise von TRANSFAIR, gekennzeichnet. Um dieses Siegel nutzen zu dürfen, müssen sie sich verpflichten, die Produkte nach den Kriterien des Fairen Handels einzukaufen und zu vermarkten.

Zu den spezialisierten Importeuren zählt zum Beispiel der Verein BanaFair e.V. Seit 1986 importiert er ausschließlich Bananen aus Fairem Handel und vertreibt sie in Deutschland. Die Früchte werden von Kleinproduzenten, unabhängig von multinationalen Konzernen produziert und vermarktet.

Folie 6

:Welche Pflichten haben Importeure und Handelsgesellschaften?

Importeure und Handelsgesellschaften müssen die internationalen Fairhandelskriterien erfüllen. Dazu gehören:

- Zahlung von garantierten Mindestpreisen
Diese Preise sind für die einzelnen Produkte festgelegt und liegen deutlich über dem Weltmarktpreis bzw. dem marktüblichen Preis. Bei Produkten, die an der Börse gehandelt werden (z.B. Kaffee, Kakao und Zucker) wird ein Grenzwert des Weltmarktpreises zugrundegelegt, bei dem die Erzeuger ausreichend verdienen. Sinkt der Weltmarktpreis unter diesen Grenzwert, erhalten die Erzeuger trotzdem den Mindestpreis, steigt er darüber, erhalten sie den höheren Preis. Bei Produkten, die nicht an der Börse gehandelt werden (z.B. Tee und Bananen), wird auf den marktüblichen Preis (abhängig von Menge und Qualität) ein Aufschlag gezahlt. Mit diesen Mindestpreisen können die Erzeuger sowohl ihre Produktions- als auch ihre Lebenshaltungskosten decken.
- Zahlung von Fairtrade-Aufschlägen
Zusätzlich zu den garantierten Mindestpreisen werden so genannte Fairtrade-Aufschläge gezahlt, die von den Erzeugerkooperativen nur für Gemeinschaftsprojekte verwendet werden dürfen.
- Direkter Einkauf bei den Erzeugern
Die Importeure und Handelsgesellschaften müssen direkt bei den Erzeugern einkaufen, um ausbeuterische Zwischenhändler auszuschalten. So kommt mehr Geld bei den Erzeugern an.
- Langfristige Lieferbeziehungen
Damit die Erzeuger eine gewisse Planungssicherheit haben und ggf. Investitionen tätigen können, müssen Importeure und Handelsgesellschaften garantieren, über einen längeren Zeitraum mit ihnen zusammenzuarbeiten.
- Vorauszahlung
Auf Wunsch des Erzeugers wird ein Teil des Kaufpreises schon im voraus gezahlt, damit der Erzeuger die Kosten für Produktion und Erntearbeit tragen kann, ohne sich zu verschulden.

Folie 7

:Ein Beispiel: Kaffee aus Fairem Handel – wer sind die Produzenten?

Die Produzenten von Kaffee sind Kleinbauernorganisationen (Genossenschaften oder Kooperativen) in Lateinamerika und Afrika. Sie müssen politisch unabhängig sein und sich aus Familienbetrieben zusammensetzen. Die Mitglieder müssen demokratisch an alle Entscheidungen, z.B. über die Verwendung der Mehrerlöse aus dem Fairen Handel, beteiligt werden. Darüber hinaus müssen bestimmte ökologische Mindeststandards eingehalten werden. Langfristiges Ziel ist die Umstellung der Produktion auf ökologischen Anbau.

Die Kleinbauernorganisationen werden von der FLO, der internationalen Dachorganisation der Siegelinitiativen, mit Sitz in Bonn im so genannten „Kaffeeregister“ erfasst und bei Bedarf an Firmen, die fair gehandelten Kaffee anbieten möchten, vermittelt. Das Kaffeeregister umfasst mittlerweile knapp 200 Kooperativen.

Folie 8

:Ein Beispiel: Kaffee aus Fairem Handel – was verdienen die Produzenten?

Der Mindestpreis für Kaffee beträgt 126 US-Cents pro englischem Pfund. Das englische „pound“ (abgekürzt „lb“) ist das gängige Gewicht im internationalen Handel. Ein „pound“ entspricht 453,6 Gramm. Die übliche Währung ist der US-Dollar. Ein US-Dollar ist zurzeit etwa 77 Euro-Cent wert. Steigt der Weltmarktpreis pro englischem Pfund über den Mindestpreis, werden 5 US-Cents pro Pfund aufgeschlagen, damit die Erzeuger auf jeden Fall einen höheren Preis als den jeweiligen Weltmarktpreis erhalten. Für besonders hochwertige Rohkaffeesorten und für ökologisch angebauten Kaffee gibt es zusätzliche Aufschläge. Dieser liegt bei ökologisch angebauten Kaffee bei 15 US-Cent pro Pfund. Auf Wunsch können die Erzeuger bis zu 60 Prozent des Erlöses schon vor der Ernte erhalten (Vorfinanzierung), um beispielsweise in Transportmittel oder Saatgut zu investieren.

Folie 9

:Ein zweites Beispiel: Tee aus Fairem Handel – wer sind die Produzenten?

Tee wird immer auf Plantagen – den so genannten Teegärten – angebaut. Partner im Fairen Teehandel sind keine Kleinbauernorganisationen, sondern die Besitzer bzw. Manager der Plantagen in Indien, Sri Lanka, Tansania und Nepal. Der Fairtrade-Aufschlag muss auf gesonderten Bankkonten aufbewahrt werden und darf nur in Gemeinschaftsprojekte zum Wohle der Arbeiter und Pflücker verwendet werden. Über die konkrete Verwendung des Geldes entscheidet ein Komitee aus Arbeiterinnen, Arbeitern und Management. Das Management ist darüber hinaus verpflichtet, die gesetzlich vorgeschriebenen Mindeststandards des jeweiligen Landes einzuhalten. Dazu gehören beispielsweise die Zahlung von Mindestlöhnen sowie die Freiheit, Versammlungen abzuhalten oder sich gewerkschaftlich zu organisieren.

Folie 10

:Ein zweites Beispiel: Tee aus Fairem Handel – was verdienen die Produzenten?

Da Tee nicht an der Börse gehandelt wird, gibt es keinen Weltmarktpreis. Daher werden auf den jeweils marktüblichen Preis (u.a. abhängig von Angebotsmenge und Qualität) Aufschläge gezahlt. Der Grundpreis, den der Käufer entrichtet, muss mindestens die Produktionskosten decken. Zusätzlich wird – je nach Qualität und Aufbereitung des Tees – ein Fairtrade-Aufschlag von 0,51 bis 1,02 Euro pro Kilo gezahlt. Auch bei Tee kann auf Wunsch eine Vorfinanzierung von bis zu 60 Prozent des Erlöses gewährt werden. Die FLO erfasst, wie bei Kaffee, alle Produzenten in einem so genannten „Teeregister“.

Folie 11

:Ein drittes Beispiel: Schokolade aus Fairem Handel – nur zur Hälfte fair?

Im Gegensatz zu Kaffee und Tee, die nur aus einem Rohstoff bestehen, enthält Schokolade auch Zutaten, die nicht aus Fairem Handel stammen, zum Beispiel Milchpulver. Deshalb gibt es für fair gehandelte Schokolade nicht nur Kriterien für die Erzeugung und den Handel, sondern auch für die Verarbeitung. So müssen mindestens 51 Prozent der Rohstoffe, bezogen auf das Nettogewicht des Endprodukts, aus Fairem Handel stammen. Zutaten, die über den Fairen Handel erhältlich sind, müssen zu 100 Prozent auch dort gekauft werden. Das sind Kakao, Zucker und bei Mokka-Schokolade zusätzlich Kaffee. Alle anderen Zutaten müssen aus Quellen kommen, die mit dem Grundgedanken des Fairen Handels vereinbar sind. Das heißt: Sie müssen im Einklang mit der Natur und ohne Kinderarbeit produziert worden sein.

Die „Mischprodukt“-Kriterien gelten auch für die Herstellung von Bonbons. So stammt beispielsweise bei Honigbonbons nicht nur der Zucker, sondern auch der Honig aus Fairem Handel.

Folie 12

:Ein drittes Beispiel: Schokolade aus Fairem Handel – was verdienen die Produzenten?

Die Produzenten von Kakao und Zucker sind Kleinbauernorganisationen in Lateinamerika und Afrika, für die die gleichen Bedingungen gelten wie für die Erzeuger von Kaffee. Für Kakao liegt der Mindestpreis im Fairen Handel bei 1.750 US-Dollar pro Tonne. Liegt der Weltmarktpreis über dieser Summe, wird für fair gehandelten Kakao ein Fairtrade-Zuschlag von 150 US-Dollar pro Tonne auf den jeweiligen Weltmarktpreis gezahlt. Der Mindestpreis für raffinierten Weißzucker beträgt 520 US-Dollar pro Tonne, für halbraffinierten Zucker 480 US-Dollar und für Vollrohrzucker 650 US-Dollar. Für ökologisch angebauten Zucker oder Kakao erhalten die Erzeuger einen Bio-Aufschlag von je 200 US-Dollar pro Tonne.

Folie 13

:Ein viertes Beispiel: Bananen aus Fairem Handel – wer sind die Produzenten?

Bananen werden sowohl von Kleinbauernorganisationen als auch auf Plantagen in Mittelamerika angebaut. Die Bedingungen für die Erzeuger sind vergleichbar mit denen für die Kaffeeproduzenten bzw. Teeplantagen.

Der herkömmliche Bananenanbau ist besonders umweltschädlich und für die Erzeuger in hohem Maße gesundheitsgefährdend. Oft werden Pestizide vom Flugzeug aus über den Plantagen versprüht, ohne dass die Arbeiter Schutzkleidung tragen. Dies kann schwerwiegende Gesundheitsschäden bis hin zur Unfruchtbarkeit zur Folge haben. Im Fairen Handel wird der Einsatz von chemischen Pflanzenschutzmitteln schrittweise reduziert. Auf diese Weise wird auch das Trinkwasser geschützt. Darüber hinaus setzt der Faire Handel auf Mischkulturen, die die Bodenfruchtbarkeit verbessern.

Folie 14

:Ein viertes Beispiel: Bananen aus Fairem Handel – was verdienen die Produzenten?

Der Mindestpreis wird für jedes Erzeugerland individuell festgelegt und muss mindestens die Produktionskosten decken. Dazu gehören auch ausreichende Löhne für die Arbeiterinnen und Arbeiter. Zusätzlich erhalten die Produzenten für jede Kiste Bananen (18 kg) einen festen Fairtrade-Aufschlag von mindestens 1,75 US-Dollar. Über die Verwendung des Aufschlags entscheiden die Mitglieder der Kleinbauernorganisationen bzw. ein Komitee aus den Leitern der Plantagen, den Arbeiterinnen und Arbeitern gemeinsam und demokratisch. Auf Wunsch der Erzeuger ist eine Vorfinanzierung von bis zu 60 Prozent der vertraglich festgelegten Abnahmemenge möglich.

Folie 15

Was kann ich für den Fairen Handel tun?

Verbraucherinnen und Verbraucher haben verschiedene Möglichkeiten, den Fairen Handel zu fördern und so die Menschen in der „Dritten Welt“ zu unterstützen.

- **Gezieltes Konsumverhalten**

Durch den Kauf von fair gehandelten Produkten kann jede und jeder Einzelne einen wichtigen Beitrag zur Armutsbekämpfung leisten. Wenn es im Supermarkt um die Ecke keine Produkte aus Fairem Handel gibt, sollten die Verbraucher wiederholt gezielt danach fragen. Denn die Nachfrage erhöht das Angebot.

- **Multiplikatorfunktion**

Durch kleine Kostproben können Eltern, Freunde, Verwandte etc. von fair gehandelten Produkten überzeugt werden. Schülerinnen und Schüler sowie Lehrerinnen und Lehrer können sich dafür einsetzen, dass am Schulkiosk, am Getränkeautomaten, in der Kantine und im Lehrerzimmer fair gehandelter Kaffee, Tee oder Orangensaft eingeführt wird. Aktionstage an Schulen oder Verkaufsstände bei Schul- und Gemeindefesten können ebenfalls helfen, über die Produkte und die Bedeutung des Fairen Handels im Kampf gegen die Armut zu informieren. Die VERBRAUCHER INITIATIVE stellt im Rahmen ihrer bundesweiten Informationskampagne „fair feels good.“ gerne Aktions- und Informationsmaterialien zur Verfügung.

- **Mitgliedschaft oder ehrenamtliche Mitarbeit in Nichtregierungsorganisationen**

Die ehrenamtliche Mitarbeit in örtlichen Eine-Welt-Gruppen oder die Gründung solcher Gruppen in der Kirchengemeinde oder Schule sind ebenfalls ein Weg zur Förderung des Fairen Handels. Die Siegelorganisation TRANSFAIR, die auch Partner der Infokampagne „fair feels good.“ ist, wird von rund 40 Mitgliedsorganisationen aus den Bereichen Entwicklungshilfe, Kirche, Sozialarbeit, Verbraucherschutz, Bildung und Umwelt getragen.

- **Spenden**

Durch finanzielle Unterstützung können gemeinnützige Organisationen, die sich für den Fairen Handel einsetzen, ihre Marketingmaßnahmen ausbauen, um den Fairen Handel und seine gesellschaftspolitische Bedeutung bekannter zu machen.